HEIKKI HELLMAN

Koko illan ilo?

Kolmoskanava ja television kaupallistuminen Suomessa

SKS

HEIKKI HELLMAN

KOKO ILLAN ILO?

KOLMOSKANAVA JA TELEVISION KAUPALLISTUMINEN SUOMESSA

SUOMALAISEN KIRJALLISUUDEN SEURA

Historiallisia Tutkimuksia 258

Teos on Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran nimeämien asiantuntijoiden tarkastama.

VERTAISARVIOITU
KOLLEGIALT GRANSKAD
PEER-REVIEWED
www.tsv.fi/tunnus

Kirjastokonsortio Aleksandria on tukenut teoksen avointa saatavuutta.

Digitaalinen versio perustuu Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kustantamaan painettuun teokseen, joka on julkaistu vuonna 2012.

Kannen suunnittelu: Timo Jaakola
EPUB: Tero Salmén

ISBN 978-952-222-339-5 (sid.)
ISBN 978-952-222-988-5 (PDF)
ISBN 978-952-222-987-8 (EPUB)

ISSN 0073-2559 (Historiallisia Tutkimuksia)

DOI:http://dx.doi.org/10.21435/ht.258

SISÄLLYS

SAATTEEKSI

Yhä useammin väitetään television aikakauden olevan jo ohi. Kuka enää haluaisi katsoa samoja ohjelmia yhtä aikaa miljoonien muiden kanssa, kun tekniikka antaa mahdollisuudet joka hetki valita miljoonista katseluvaihtoehdoista ja vapautua kanavien kahlitsevista kaavioista? Yllättävän moni haluaa.

Itse asiassa katsojatutkimukset osoittavat, että televisiota katsotaan nyt enemmän kuin koskaan. Samalla televisiokanavia on tarjolla enemmän ja valinnan mahdollisuudet suuremmat kuin milloinkaan aiemmin. Yksittäisten ohjelmien katselu verkon kautta on lisääntynyt, mutta se ei ole korvannut perinteistä televisiota vaan täydentää sitä. Televisio sosiaalisena muotona ei ole kadonnut vaan on omaksunut uusia ominaisuuksia. Televisio on yhä keskipiste, jonka ympärille katselukulttuuri kietoutuu, vaikka katsominen itsessään on mahdollista niin tv-ruudulta kuin tietokoneelta, niin kotona kuin mobiilisti, niin lähetysvirran mukana kuin itse valittuna ajankohtana.

Tämä kirja käsittelee suomalaisen television lähihistoriaa 1980- ja 1990-luvulla. Aika on lähellä, mutta henkisesti siitä tuntuu olevan ikuisuus. Television suhteen Suomi oli silloin varovasti siirtymässä niukkuuden aikakaudesta valinnan aikakauteen. Kaapelit ja satelliitit syöttivät ruutuun uudenlaista katsottavaa, ja videolaitteet ja kaukosäädin antoivat katsojille uuden vallantunteen. Puoli yhdeksältä ei ollut enää pakko katsoa Yleisradion pääuutislähetystä. Monet lapsiperheet päättivät hankkia toisen television. Parhaan katseluajan yhtenäiskulttuuri alkoi murtua. Vaikka harppaus television nykyiseen yltäkylläisyyteen oli vasta edessä, Kolmoskanava oli yksi niistä tekijöistä, jotka muokkasivat maaperää ja antoivat esimakua tulevasta.

Kaupallisen televisiotoimintamme historiaa ei ole vielä kirjoitettu kovinkaan kattavasti. Kolmostelevision syntyä, kehitystä ja toimintaa käsittelevä kirja täyt-

tää vasta yhden valkoisen läikän kartalta. Aloitin tutkimuksen laatimisen Suomen Kulttuurirahaston vuosiapurahan turvin vuonna 2008, mutta muut tehtäväni katkaisivat hankkeen pariinkin otteeseen, kunnes se lopulta valmistui kahden Helsingin työhuoneessa vietetyn syksyn ja kahden Ruoveden rauhassa vietetyn kesän jälkeen. Kiitos taannoiselle työnantajalleni Helsingin Sanomille myötämielisestä suhtautumisesta tutkimusvapaisiin. Kiitos myös Tampereen yliopiston viestinnän, median ja teatterin yksikölle, jonka tieteellisessä ilmapiirissä työ sai uudenlaista merkitystä.

Kirjan valmistumiseen ovat konkreettisesti myötävaikuttaneet sekä Yleisradio että MTV, jotka ovat päästäneet minut tutkimaan arkistojaan. Yleisradiossa vaivaa puuttuvien kansioiden jäljittämisessä näki Leena Fabritius ja MTV:ssä Jaakko Paavela. Molemmat yhtiöt luovuttivat myös Kolmostelevision ohjelmiin liittyvää kuva-aineistoa käyttööni, kuten teki myös Helsingin Sanomat. Tarpeellisia dokumentteja omista arkistoistaan ovat jäljittäneet Mariitta Hämäläinen, Heikki Seppälä, Martti Soramäki sekä Tauno Äijälä. Myös lukuisat julkiset arkistot osoittivat jälleen kerran olevansa paitsi osaavia myös palvelualttiita. Erityisen kiitoksen ansaitsevat lukuisat haastateltavani, jotka ovat tiedoillaan ja näkemyksillään täydentäneet halukkaasti ja innostuneesti arkistojen kertomaa.

Arvokkaita kommentteja käsikirjoitukseen olen saanut sekä asianosaisilta että tutkijakollegoilta. Edellisistä nimeän erikseen Mariitta Hämäläisen, Sakari Kiurun, Heikki Seppälän ja Jussi Tunturin, jälkimmäisistä taas Heidi Keinosen, Jorma Miettisen, Laura Saarenmaan, Tuomo Saurin ja Martti Soramäen. Jälkimmäisistä Miettinen ja Soramäki voidaan laskea myös edelliseen ryhmään. Lopuksi kiitän vielä Suomalaisen Kirjallisuuden Seuraa, joka hyväksyi kirjani arvostettuun Historiallisia tutkimuksia -sarjaansa, sekä kustantajan valitsemia nimettömiä arvioijia, joiden rohkaisevat lausunnot ja neuvot auttoivat kirjan viimeistelyssä.

Kurki huutaa Soukonsaaren pellolla. Heidi, ensi kesänä mennään metsään.

Ruoveden Mulliniemessä 15. elokuuta 2011
Heikki Hellman


KOLMOSKANAVA



Kolmoskanavan virityskuva ilmaantui kuvaruutuihin syyskuussa 1986, jolloin pääkaupunkiseudulla alettiin asentaa ensimmäisiä antenneja. Tunnusanimaatiossa nähty triangeli oli valmistettu kromatusta metallista. *Kuva: Touko Yrttimaa / YLE Valokuva-arkisto*

JOHDANTO

Perjantaina toukokuun viimeisenä päivänä 1985 suvivirsi kaikui kouluissa ympäri Suomen niemen. Valkolakit painettiin 29 600 uuden ylioppilaan päähän ja kuohuviinipullojen korkit poksahtelivat. Sää enteili kesää. Brittein saarilta Skandinaviaan oli työntymässä laaja korkeapaineen alue. Juhlapäivästä piittaamatta Yleisradion hallintoneuvosto kokoontui puoli yhdeksältä Helsingin Kesäkadulla, yhtiön silloisessa päämajassa. Osa herroista oli riisunut puvuntakkinsa tuolin selkänojalle pääjohtaja Sakari Kiurun aloittaessa kuukausikatsauksensa. Tällä kertaa se sisälsi uutisen, tiedon uudesta manööveristä.

Hallintoneuvosto oli aiemmin vaatinut yhtiön johtoa kartoittamaan uusia tulomuotoja ja viestinnän kilpailutilanteesta johtuvien uusien avausten mahdollisuuksia. Sellainen oli pääjohtajan mukaan nyt valmisteilla MTV Oy:n ja Oy Nokia Ab:n käännyttyä Yleisradion puoleen tarjoamalla yhteistyötä. Mistään kolmoskanavasta Kiuru ei vielä puhunut, vaan tyytyi hahmottelemaan yleisluonteisesti ”uuden tv-verkon”, joka voisi vastata satelliitti- ja kaapelitelevision haasteeseen ja joka ulottuisi alussa muutamiin asutuskeskuksiin maaseutuympäristöineen mutta johon ei kuitenkaan käytettäisi lupatuloja. Kiuru ei puhunut mitään myöskään mainosrahoituksesta eikä katsojilta perittävistä maksuista. Sen sijaan hän korosti, kuinka uusi verkko nojaisi Yleisradion toimilupaan ja kuinka sen ohjelmapolitiikkaa johdettaisiin julkisen palvelun hengessä. Yleisradiolla olisi mallissa myös enemmistöasema, ja koko hanke tähtäisi yleisradiotoiminnan tukemiseen sekä vahvistaisi kansallisen ohjelmatoiminnan pohjaa.[1]

Aivan yllätyksenä ehdotus ei hallintoneuvostolle tullut, sillä hankkeen poliittisia mahdollisuuksia oli jo tunnusteltu sen työvaliokunnassa. Tieto Yleisradion,

MTV:n ja Nokian uudesta yhteistyöstä oli noteerattu myös edellisen illan tv-uutisissa, ja aamun *Helsingin Sanomien* etusivulla olleessa pienessä uutisessa hallintoneuvoston puheenjohtaja Reino Karpola (kesk) vahvisti, että hanketta oli valmisteltu kevättalvesta alkaen ja että lähetyskokeiluihin voitaisiin ryhtyä jo syksyllä.[2]

Asia eteni ripeästi. Uusi yhtiö, Oy Kolmoskanava Ab, perustettiin marraskuussa, toimilupa järjestyi seuraavan vuoden kesäkuussa, ja puoli vuotta myöhemmin, 1.12.1986, uusi kanava oli jo eetterissä. Ensimmäisen talven, kevään ja kesän kanava esitti lähinnä elokuvia, yhden päivässä, samalla, kun suomalaiset asensivat ja suuntasivat kuumeisesti televisioantenneja nähdäkseen uuden kanavan. Varsinainen lanseeraus täydellä ohjelmakartalla tapahtui yhdeksän kuukautta myöhemmin, 1.9.1987:

> Tästä eteenpäin se on täyttä totta! Vaihtoehtoja tutuille TV-ohjelmille iltamyöhään. Kolmoskanava odottaa kotiintuloasi jo klo 16.30. Kolmonen viihdyttää kun vakava väsyttää. Ohjelmaa on lähes 50 tuntia viikossa. Tule Kolmosen mukavaan seuraan koko illaksi.[3]

Ja silloin iskostettiin suomalaisten mieliin myös Kolmoskanavan iskulause: ”Koko illan ilo”.

KAIKKI VASTUSTIVAT

Vaikka Kolmoskanava näin jälkikäteen näytti etenevän vauhdikkaasti, synnytystä edelsi kiivas viestintäpoliittinen kamppailu, joka on verrattavissa korkeintaan MTV:n uutisista puoli vuosikymmentä aiemmin käytyyn taisteluun.[4] ”On vaikea sanoa, monesko kiuas on jo jouduttu vaihtamaan MTV:n saunaan. Suurin piirtein koko vaikuttajakunta on siellä joka tapauksessa viime kuukausina saunotettu”, irvaili Matti Anderzén, hanketta vastustaneen Sanoma Osakeyhtiön silloinen varatoimitusjohtaja.[5] Viestintäpolitiikasta oli Suomessa kiistelty ennenkin, mutta Kolmoskanavan tapauksessa erikoista oli, että puuhamiehiä lukuunottamatta juuri kukaan ei aluksi tuntunut kannattavan sitä. Vielä silloinkin kun hallitus lopulta myöntyi uuteen tv-kanavaan, kolmen päähallituspuolueen puheenjohtajat – sosiaalidemokraattien Kalevi Sorsa, keskustan Paavo Väyrynen ja ruotsalaisten Christoffer Taxell – jättivät pöytäkirjaan epäilevät lausumansa.

Erityisesti lehdistö oli Yleisradion ja MTV:n yhteistä kanavaa vastaan. Se piti hanketta yleisradiomonopolin laajennuksena. Lehtiyhtiöt pelkäsivät uuden mainoskanavan syövän omia ilmoitustulojaan; toisaalta ne halusivat päästä käsiksi television mainostuloihin. Lokakuussa 1985 lehdistö perustikin oman yhtiönsä kilpailemaan kolmannen tv-verkon toimiluvasta. Aikakaudelle tyypillisesti televisio-

toiminnan laajentamista vastustivat myös toimittajat ja kulttuuriväki. Esimerkiksi Radio- ja Televisiotoimittajien Liiton (RTTL) mielestä uudelle kanavalle ei ollut riittäviä kulttuuri- ja viestintäpoliittisia perusteita. Älymystön keskuudessa vallitsi luja luottamus julkisen palvelun televisioon – vaikka itse englanninkielisestä käsitteestä *public service* suomennettu termi 'julkinen palvelu' oli vasta hiljalleen kotiutumassa suomen kieleen.

Kuten Iiris Ruoho on huomannut, suomalaisessa televisiokulttuurissa vallitsi eräänlainen "kaksoisstandardi", minkä seurauksena Yleisradiota ja kaupallista televisiota arvioitiin eri perustein. Edellinen muodosti ihannoidun normin, kun taas jälkimmäistä pidettiin lähtökohtaisesti huonompana.[6] Vaikka Yleisradio olikin kaavaillun kanavan pääomistaja, Kolmoskanavaa pidettiin kaupallisena luomuksena, joka kyseenalaistaisi yhteiskunnan ohjauksessa siihen asti toteutetun television kehittämisen ja joka ei täyttäisi uudelle kanavalle asetettavia kulttuuripoliittisia vaatimuksia. Talven kuluessa valveutunut kulttuuriälymystö oli omaksunut esikuvakseen Britannian tuoreen neloskanavan, Channel Fourin. Se toimi mainosrahoituksella, mutta sille oli asetettu ankarat julkisen palvelun velvoitteet, ja se rahoitti innovatiivista ohjelma- ja elokuvatuotantoa.

Olin itse samassa rintamassa, tiukasti Kolmoskanavaa vastaan. Huhtikuussa 1986 haastattelin Yleisradion TV1:n silloista johtajaa Arne Wessbergiä *Helsingin Sanomiin*. Wessbergiä pidettiin kanavahankkeen pääarkkitehtina, ja hän oli myös sitä varten perustetun yhtiön hallituksen puheenjohtaja. Wessberg ei edes yrittänyt peitellä hankkeen vaikuttimia.

Ensinnäkin hän myönsi, että päätavoite on turvata vallitsevan yleisradiojärjestelmän rahoituspohja: "Tosiasia on myös, että kolmoskanava tulee joka tapauksessa muodossa tai toisessa. – – Siksi meidän on kysyttävä, voiko se hyödyttää jotenkin Yleisradiota ja kotimaista ohjelmatuotantoa." Toiseksi hän tunnusti, että kulttuuripoliittiset tavoitteet olivat hankkeessa toissijaisia: "Kyllähän koko hanke voidaan tietysti tappaa kulttuuripoliittisilla tavoitteilla, vaatimalla pienryhmien palvelua ja tasa-arvoa. Kolmoskanava elää vain sillä, että sitä katsotaan ja että se saa mainostuloja. Mutta minusta se on kulttuuripoliittisesti parempi kuin ei mitään." Kolmanneksi hän perusteli hanketta sillä, että Yleisradion oli pakko varautua kilpailun kiristymiseen: "Kilpailijoita saa olla vaikka kuinka paljon – kunhan vain meidän rahoituspohjamme on turvattu. Sen verran meidän pitää olla itsekkäitä."[7]

Haastattelun oheen kirjoitin kolumnin, jossa uskoin, että kaikki uudelle kanavalle valmistelussa asetetut kulttuuripoliittiset tavoitteet jäisivät toteutumatta. Ohjelmatarjonnan monipuolisuuden sijaan luvassa olisi "kaupallisesti kannattavaa ohjelmaa suurimmalle mahdolliselle yleisölle". Kotimaisen tuotannon edistämisen sijasta "80 prosenttia kanavan ohjelmistosta olisi ulkomaista". Ja vaikka kanavan tapauksessa oli puhuttu myös alueellisen ja kielellisen tasa-arvon lisäämisestä, ka-

nava tavoittaisi ”vain suurten asutuskeskusten yleisön”, jos kohta ohjelmisto olisi ”tasapuolisen englanninkielistä”. Alan työllisyyden edistämisen, kulttuurivaihdon ja kansainvälisen yhteistyön sijasta hanke suosisi ennen muuta amerikkalaisia ohjelmantekijöitä ja tuotantoyhtiöitä.[8]

Kun toimilupa viimein myönnettiin, ennustin, että uudesta kanavasta olisi tulossa ”plagiaatti”, jonka ”design on matkittu kaupallisilta esikuvilta” ja jossa temmeltäisivät ”MTV:n piskuiset bulvaaniyhtiöt, jotka keksivät uusia napakymppejä ja ruutuysejä”.[9]

MIKSI KOLMOSKANAVA?

Jos olen joskus suhtautunut noin kielteisesti Kolmoskanavaan, miksi kirjoitan siitä nyt kokonaisen kirjan? Ensinnäkin siksi, että kanava paljolti täytti sekä siihen asetetut toiveet että siihen kohdistuneet ennakkoluulot. Toiseksi siksi, että sen valtavaa merkitystä suomalaisen yleisradiotoiminnan kehityksessä ei voi ohittaa. Vaikka Kolmoskanava oli eetterissä vain runsaan kuuden vuoden ajan, joulukuusta 1986 joulukuuhun 1992, jonka jälkeen sen korvasi huikeaan kansansuosioon heti käynnistyessään yltänyt MTV3, sitä on pidettävä kaupallisen television lopullisena perustanlaskijana Suomessa.

Vaikka meillä oli, Euroopan mitassa poikkeuksellisesti, ollut kaupallista televisiotoimintaa jo 1950-luvulta alkaen, se oli jäänyt puolitiehen. Mainos- ja sponsorituloihin nojannut ”teekkaritelevisio”, Tekniikan Edistämissäätiön TES-TV (vuodesta 1960 Tesvisio), oli suomalaisen television pioneeri, jolla oli jopa oma toimilupa vuosina 1956–1964. Mutta kun Tesvision näkyvyys rajoittui kolmeen suurimpaan kaupunkiin, se ei pystynyt rakentamaan aidosti kaupallista tv-ohjelmistoa eikä pärjännyt mainoskilpailussa Mainos-TV:lle, joka lihoi valtakunnalliseksi Yleisradion turvallisessa huomassa. Tesvisio päätyi lopulta Yleisradion omistukseen tavalla, joka katkeroitti monet kaupallisen televisiotoiminnan tukijat.[10]

Kaupallisen television etuvartiona toimi myös 1957 perustettu Oy Mainos-TV-Reklam Ab (vuodesta 1982 MTV Oy), joka alkoi vuokrata mainos- ja ohjelma-aikaa Yleisradion Suomen Televisiosta (vuodesta 1965 TV1) sekä myöhemmin TV2:sta. Vaikka Mainos-TV alusta alkaen tähtäsi kasvuun, sen muodostumista ”oikeaksi” kaupalliseksi yleisradioyhtiöksi estivät lukuisat kahleet. Ensinnäkin valtaosa sen tuotoista kului Yleisradiolle maksettuihin verkkovuokriin. Toiseksi vaikka MTV:n tarkoitus oli tuottaa voittoa omistajilleen, se ei toiminut täysiverisen kaupallisesti, vaan yritti ohjelmistollaan osittain jäljitellä Yleisradiota. Kolmanneksi sen ohjelmatoiminnalle oli asetettu myös rajoituksia, jotka pitkään estivät sitä lähettämästä esimerkiksi uutisia, ajankohtaisohjelmia ja urheilua. Ja neljänneksi – ja kaikkein

tärkeimpänä – *MTV:llä ei ollut omaa kanavaa*. Koska sen ohjelmat oli ripoteltu hajanaisiksi blokeiksi Yleisradion oman tarjonnan lomaan, yhtiön oli vaikea harjoittaa systemaattista ohjelmistosuunnittelua, saati ohjailla katsojia ohjelmiensa ääreen tyypillisen kaupallisen ohjelmistosijoittelun keinoin.

Yleisradion apuyhtiöksi ja rahoittajaksi roolitetusta MTV:stä ei siten yksinään ollut kaupallisen television käynnistäjäksi Suomessa. Se hallinnoi vain vähäistä kaupallista reservaattia Yleisradion isännöimässä televisiomaisemassa. Kolmoskanava sen sijaan sai ja otti käynnistäjän roolin, joskin ilman MTV:n tekemää henkistä pohjatyötä ja aktiivista panosta se tuskin olisi onnistunut.

Vaikka Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhdessä omistama yhtiö toimi lyhyen kautensa Yleisradion toimiluvalla ja omistajiensa määräysvallan alla, se toi ensimmäisenä Suomeen *kaupallisen ohjelmakaavion* illasta toiseen toistuvine ohjelmablokkeineen. Kolmoskanava loi myös nykyaikaiselle kaupalliselle televisiotoiminnalle ominaisen *tuotantotavan*, joka nojasi keveään omaan organisaatioon ja itsenäisiin ohjelmantuotantoyhtiöihin. Yhtiö loi myös uudenlaiset *mediamarkkinat* tuodessaan televisioon alueellisen mainonnan. Ja ennen muuta Kolmoskanava aloitti Suomessa aidon *kanavakilpailun*, vaikka se olikin perustettu lujittamaan Yleisradion ja MTV:n asemaa sekä torjumaan taivaskanavien uhkaa. Samalla se onnistui luomaan *kaupallisen katselukulttuurin*, joka perustui kaupallisesti tarkoituksenmukaisille yleisöryhmille kohdennettuihin ohjelmiin ja niiden vähitellen rakentuvaan suosioon.

Uuden aikakauden alkamisesta kielii sekin, että kolmannen televisiokanavan hallinnasta ja *toimiluvasta kilpailtiin* ensi kertaa Suomessa. Samanaikaisesti kolmatta tv-kanavaa koskevien ratkaisujen kanssa myös television *katsojamittauksessa* otettiin käyttöön nykyinen mittarimenetelmä, joka korosti kilpailua katsojista ja kohderyhmäperusteista ohjelmistosuunnittelua. Voidaan sanoa, että Kolmoskanavasta tuli *televisiotoiminnan liberalisoinnin koelaboratorio*. Sen puitteissa ensi kertaa voitiin kokeilla, mitä kilpailua lisäämällä ja sääntelyä lieventämällä saadaan aikaan ja mitä siitä seuraa.

Kolmoskanava oli ristiriitainen menestystarina. Hapuilevasta alusta huolimatta se saavutti lopulta sekä mainosmyynti- että katsojatavoitteensa, mikä ajoi omistajat nopeasti vuonna 1993 toteutettuun kanavauudistukseen. Siinä mainosrahoitteinen ohjelmisto siirrettiin kokonaan kolmannelle kanavalle, joka sai nimekseen MTV3. Kolmoskanavasta alkanut kehitys johti myös siihen, että television ja radion toimilupapolitiikkaa alettiin 1990-luvulla vapauttaa ja koko yleisradiolainsäädäntö kirjoitettiin uudelleen. Televisiolähetysten digitalisointi kymmenine tv-kanavineen on sen kehityksen hedelmä.

TELEVISION INSTITUUTIOHISTORIAA

Tämän kirjan näkökulma on yhtäältä *historiallinen*. Television lähihistoriaa on viime vuosina tutkittu paljon. Yleisradiosta on kirjoitettu akateeminen yhtiöhistoriikki,[11] mutta Tesvisiota ja MTV:tä koskeva historiankirjoitus oli pitkään muistelmien ja puutteellisesti dokumentoitujen kronikoiden varassa,[12] paitsi uutisten ja mainonnan osalta.[13] Lisäksi television historiaa on analysoitu esimerkiksi teknologian kotoutumisen näkökulmasta sekä aikalaistulkintojen, katsojien muistojen, identiteetin tai faniuden kautta.[14] Vastikään on ilmestynyt kokoomateos television ohjelmistojen kehityksestä,[15] ja myös ohjelmistorakenteiden tutkimuksessa on tarkastelujen pitkän aikavälin ansiosta usein ollut historiallinen ulottuvuus.[16] Lisäksi on ilmestynyt lukuisia tutkimuksia yksittäisten ohjelmien tai tiettyjen ohjelmatyyppien synnystä ja vaiheista.[17]

Heidi Keinonen on erottanut television historiankirjoituksessa kolme toisiaan jossain määrin kronologisesti seuraavaa vaihetta: (1) televisioinstituutioiden tutkimus, (2) ohjelmien ja tuotannon tutkimus ja (3) television merkityksen tutkimus.[18] Jos yllä mainittuja töitä sijoittaa näihin ryhmiin, Raimo Salokankaan YLE-historiikki (1996) edustaisi puhdaspiirteisimmin ensimmäistä, Taisto Hujasen *Ajankohtaisen kakkosen* kehitykseen keskittyvä tutkimus (1993) toista ja Sari Elfvingin väitöskirja televisiota koskevan julkisuuden rakentumisesta 1960- ja 1970-luvuilla (2008) kolmatta vaihetta. Koska yksittäisten ohjelmien ja ohjelmatuotannon tutkimus yleensä edellyttää sitä, että asiaan liittyvä instituutiohistoria on tehty, ja television merkityksen historian tutkimus sitä, että myös ohjelmiston kehityksestä tiedetään riittävästi, ei Keinosen nimeämää kolmea vaihetta ole syytä tulkita arvottavasti. Kaikki vaiheet ovat tarpeellisia television historiankirjoituksessa: tarvitaan niin yksittäisten kanavien ja yhtiöiden historioita kuin sellaisiakin tutkimuksia, jotka paneutuvat ohjelmien sisältöihin, yleisöihin tai tuottamiin merkityksiin.[19] Oman Kolmoskanavaa koskevan kirjani sijoitan kernaasti ykkösvaiheen tutkimukseksi: tavoitteeni on kirjoittaa *yhden televisiokanavan instituutiohistoria*, jonka kuitenkin yritän sijoittaa laajempaan viestintäpolitiikan ja television kaupallistumisen kehykseen.

Televisio- ja elokuvatutkija Anu Koivunen on jakanut televisiohistorian tutkimuksen esteettiseen, teknologiseen, taloudelliseen, sosiaalihistorialliseen, mentaalihistorialliseen ja television poliittisen historian tutkimukseen. Tässä kirjassa keskityn lähinnä poliittisen historian ja talouden näkökulmiin, mutta lisäksi analysoin myös Kolmoskanavan ohjelmistoa rakenteellisella tasolla. Yksittäisten ohjelmien televisioesteettiseen analyysiin ei tässä yhteydessä ole mahdollisuuksia.

Kaupallisen television alkuvaiheiden osalta tutkimuksellista aukkoa on vastikään täyttänyt Heidi Keinosen väitöskirja *Kamppailu yleistelevisiosta*, joka analysoi

TES-TV:n, Mainos-TV:n ja Tesvision toimintaan ja ohjelmistoon liitettyjä merkityksiä. Keinonen pystyykin osoittamaan vuosiin 1955–1964 rajatussa tarkastelussaan merkittäviä eroja kolmen yhtiön välillä. Yhteistä kuitenkin oli kaikkien pyrkimys liittää yleisradiomaisia piirteitä toimintaansa, jotta ne olisivat vahvistaneet omaa legitimiteettiään.[20] Keinosen tutkimuksen aineistolähtöinen lähestymistapa on inspiroinut myös tätä kirjaa. Toisena yksittäisenä sytykkeenä on ollut myös Jaakko Lyytisen tutkimus *Kun pöllö sai siivet* MTV:n uutisten synnytysvaiheista, vaikka se on jokseenkin vailla kytkentöjä viestinnän tutkimukseen.[21]

Kansainvälisistä esikuvista ensimmäisinä nousevat mieleen Trine Syvertsenin tutkimus *Den store TV-krigen* Norjan TV2:n alkuvaiheista sekä Lena Ewertssonin teos *Dansen kring guldkalven* Ruotsin TV4:n perustamisesta.[22] Television kehityksen historiallisen viitekehyksen on tarjonnut brittiläisen tutkijan John Ellisin teos *Seeing Things* (2002), joka tutkii television olemuksen muutosta sen kasvaessa ”niukkuuden aikakaudesta” ensin ”saatavuuden aikakauteen” ja edelleen nykyiseen ”yltäkylläisyyden aikakauteen”.[23] Suomalaiset saivat kokea niukkuutta television suhteen 1950-luvun puolivälistä 1980-luvun puoliväliin, jolloin video, kaapeli- ja satelliittitelevisio sekä Kolmoskanava antoivat lupauksen ”uustelevision ajasta”[24] ja lisäsivät radikaalisti television läsnäoloa, saatavuutta. Viimeistään 2000-luvulla, digitalisoinnin myötä, Suomi on siirtynyt yltäkylläisen televisiotarjonnan maailmaan. Yksin maanpäällisessä digitaalisessa verkossa oli syksyllä 2011 tarjolla 46 kanavaa ja lisää löytyi kaapeliverkoista, satelliiteista ja internetistä.[25]

Televisiosta ei totisesti ole enää pula, mutta vaikka olemme siirtyneet niukkuudesta yltäkylläisyyteen, television katselu on lopulta muuttunut yllättävän vähän. Vaikka katselu on pirstoutunut ja yksityistynyt, televisio toimii yhä kodin ”sähköisenä tulisijana”, arjen rytmittäjänä ja puheenaiheiden lähteenä.[26] Kolmoskanavan merkityksen näen siinä, että se oli johtamassa suomalaisia pois niukkuuden kulttuurista: se antoi maistiaisen siitä, millaiseen määrälliseen yltäkylläisyyteen televisio oli matkalla.

KAUPALLINEN TELEVISIO

Kirjan historiallista näkökulmaa tarkentavana punaisena lankana on *television kaupallistuminen Suomessa*. Kuten Heidi Keinonen on huomauttanut, kaupallista televisiota meillä kenties parhaiten on määrittänyt siihen liitetty toiseus, johon jo edellä viitattiin.[27] Kaupallinen televisio on tarkoittanut jotain muuta ja mielletty vähempiarvoiseksi kuin Yleisradion tarjoama ohjelmisto: siihen on aina liittynyt mainospöllön silmäniskuja – siis jotain kevytmielistä, viihdyttävää ja kosiskelevaa. Kepeys ja viihdyttävyys ovat kaupalliseen televisioon tyypillisesti liitettyjä merki-

tyksiä, mutta kovin analyyttisina näitä luonnehdintoja ei voi pitää. Mistä kaupallisessa televisiossa on lopulta siis kyse?

Ensisijainen kaupallisen television kriteeri liittyy sen toiminnan *päämäärään*. Vaikka myös julkisesti omistettuja yleisradioyhtiöitä halutaan johtaa tehokkaasti, niiden tavoitteena ei yleensä ole tuottaa voittoa. Kaupallinen tv-kanava sen sijaan tähtää aina pohjimmiltaan ansaintaan – siihen, että toimintaan sijoitetut varat tuottaisivat omistajilleen osinkotuloa. Tämä erottaa kaupalliset toimijat yksiselitteisesti julkisista, mutta kaupallisuuteen sisältyy muitakin ulottuvuuksia, jotka muistuttavat siitä, että rajalinja ei kaikin osin ole selvä. Voittoon tähtäävä kaupallinen päämäärä tarkoittaa myös sitä, että televisiosta tulee jotakin muuta kuin pelkkä viestin. Mainosrahoitteinen televisio on mainosväline, joka mainostaa tavaroita ja palveluita; maksu-tv taas on kauppatavara itse.

Jos tarkastellaan sitä, miten televisiotoiminta *rahoitetaan*, kaupallisuus osoittautuu jo suhteelliseksi suureeksi. Televisiota on mahdollista rahoittaa ainakin viidellä eri tavalla: suoraan valtion pussista, veroluonteisin lupamaksuin, tilausmaksulla, mainonnalla tai sponsorituotoin. Lupamaksu – tai televisiomaksu, kuten sitä on Suomessa vuodesta 1998 asti kutsuttu – on muodostanut televisiotoiminnan talouden suurimman tulolähteen. 2000-luvulla mainostulot ja tilausmaksut ovat yhdessä kuitenkin ajaneet lupamaksun ohitse. Sponsorointia harjoitetaan televisio-ohjelmien rahoituksessa yhä – olettehan huomanneet virvoitusjuoma-, voide- ja pizzamainosvälähdykset mainostaukojen saumakohdissa! – mutta laajamuotoisesta kustannettujen ohjelmien lähettämisestä luovuttiin 1960-luvun puolivälissä.[28] Suoraa valtionapua Yleisradio on saanut vähäisessä määrin joihinkin erityiskohteisiin. Suomi on alusta alkaen ollut sekajärjestelmä, jossa erilaiset rahoitusmuodot ovat eläneet rinnakkain. Suora valtionrahoitus ja veroluonteinen lupamaksu tai kaavailtu mediamaksu ovat julkisia rahoitusmuotoja. Tilausmaksu, mainonta ja sponsorointi puolestaan ovat kaupallisia rahoitusmuotoja, koska ne perustuvat ostohaluisilta markkinoilta kerättyyn tuloon. Jos tulomuodot haluaa sijoittaa "kaupallistumisen jatkumoksi", vähiten kaupallinen rahoituskeino on valtion suora rahoitus ja eniten kaupallinen sponsorointi.

Kolmas television kaupallisuuden ulottuvuus liittyy sen *omistukseen*. Voidaan ajatella, että pörssissä noteeratun, kansainvälisesti toimivan mediakonsernin omistama tv-kanava on "kaupallisempi" kuin vaikkapa kotimaisen itsenäisen yrityksen pyörittämä mainoskanava. Mitä lujemmin kanava on sidottu omistajan asettamiin tuottotavoitteisiin, sitä markkinaperusteisemmin sen on toimittava. Euroopassa on myös esimerkkejä siitä, kuinka televisiotoimintaa harjoittavat yhtiöt ovat erilaisten säätiöiden tai yleishyödyllisten järjestöjen omistamia. Jatkumon ei-kaupallisessa ääripäässä on valtion suoraan omistama yleisradioyhtiö – sellainen kuin vaikkapa oma Yleisradiomme.

Kaupallistumisen neljäs ulottuvuus liittyy siihen, miten televisiotoimintaa *säädellään*, ts. millaisia velvollisuuksia kanavilla on. Kaikkialla maailmassa televisiotoiminnan järjestämiseksi tarvitaan vähintäänkin teknistä säätelyä, joka koskee esimerkiksi radiotaajuuksien käyttöä ja teknisiä standardeja. Koska maanpäällisessä verkossa ei riitä taajuuksia kaikille, tarvitaan myös rakenteellista säätelyä, joka toteutuu toimilupapolitiikan ja siihen liittyvien esimerkiksi omistusta koskevien määräysten keinoin. Sisällöllisellä säätelyllä ohjataan ohjelmistoa. Regulaatio voi olla myös taloudellista ja kohdistua esimerkiksi mainonnan määrään ja televisiomaksun suuruuteen. Lopuksi on olemassa myös poliittista säätelyä, joka kohdistuu vaikkapa televisiotoimintaa harjoittavan yhtiön toimielinten valintaan. Mitä lievemmin reguloitua televisiotoiminta on, sen markkinaperusteisemmin, siis ”kaupallisemmin”, se voi toimia.

Viidenneksi television kaupallistumista voidaan tarkastella *ohjelmasisältöjen* tasolla. Viime aikoina Viestinnän Keskusliitto (VKL), viestintäteollisuuden etujärjestö, on arvostellut Yleisradiota siitä, että kilpaillessaan urheilukilpailujen tai amerikkalaisen HBO-yhtiön ohjelmien televisio-oikeuksista lupamaksuvaroin toimiva yhtiö vääristää kilpailua ja tunkeutuu markkinaperusteisesti toimivien kanavien reviirille. Jotkin ohjelmat tai ohjelmatyypit ovat tässä katsannossa siten ”kaupallisempia” kuin jotkin toiset. Kaupallisen median omin sanoin: ”Kaupallinen toiminta tähtää ansaintaan ja pohjautuu sen tarjoamiseen, mitä asiakkaat haluavat. Julkinen palvelu ei tähtää ansaintaan, vaan sen tavoitteena on tarjota, mitä kansalaiset demokraattisen yhteiskunnan jäseninä tarvitsevat.”[29] Usein onkin ajateltu, että julkisille kanaville ominaisia olisivat uutiset, ajankohtais- ja asiaohjelmat, opetus- ja kulttuuriohjelmat ja lastenohjelmat, kun taas kaupallisen television tyypillistä tarjontaa ovat sarjafilmit, elokuvat ja viihde.[30] Tämä jako tuntuu yhä paitsi erottelevan erilaisten televisiokanavien ohjelmistorakenteita myös hallitsevan käsityksiämme julkisen ja kaupallisen television eroista, vaikka esimerkiksi informaation ja viihteen erottaminen toisistaan on mitä ongelmallisinta. Tieto voi viihdyttää, ja viihdekin välittää tietoa.

Kuudenneksi kaupallistumisessa on television *yleisöön* liittyvä ulottuvuus, joka liittyy juuri ”tarvitsemisen” ja ”haluamisen” eroon. Kun julkisen television odotetaan palvelevan kansalaisia, joilla on erilaisia tiedollisia, sivistyksellisiä ja viihtymiseen liittyviä tarpeita, kaupallinen televisio tavoittelee pikemminkin kuluttajia, joilla on voimakas halu saada nähtäväkseen juuri tietynlaisia ohjelmia. Esimerkiksi maksutelevisio etsii ohjelmistoillaan kohderyhmiä, jotka haluavat nähtäväkseen nimenomaan elokuvia tai kilpa-autoilua ja ovat valmiita maksamaan siitä erikseen. Mainosrahoitteinen kaupallinen televisio taas pyrkii luomaan ohjelmistollaan ostovoimaisia kohdeyleisöjä, joita se voi ”myydä” mainostajille. Mainostajia ei kiinnosta ainoastaan yleisön suuruus, vaan yhä enemmän myös sen koostumus: sukupuoli, ikä, tulorakenne, asuinpaikka, elämäntavat ja niin edelleen. Näin siksi, että

mainokset pystyttäisiin sijoittamaan juuri niiden ohjelmien oheen, jotka parhaiten tavoittavat halutut kohderyhmät.

Television kaupallistuminen ilmenee myös *katselukulttuurin* kaupallistumisena. Esimerkiksi ennen Kolmoskanavan perustamista kaksi kolmasosaa suomalaisten televisionkatselusta kohdistui Yleisradion ohjelmiin, kun taas 2000-luvulla kaupallinen televisio on kokonaisuutena päässyt voitolle kilpailussa katsojista. Esimerkiksi vuosina 1999–2008 kunkin vuoden 40 katsotuimmasta tv-ohjelmasta keskimäärin 56 prosenttia on ollut yksin MTV3:n ohjelmia.[31] Tyypillisiä menestyjiä ovat kansallisesti keskeisten urheilulajien, kuten jääkiekon ja mäkihypyn, televisioinnit, muutamat kotimaiset viihdeohjelmat, kuten *Idols* tai *Tanssii tähtien kanssa*, sekä kotimainen päivittäissarja *Salatut elämät*. Etenkin viihde- ja draamaohjelmistoa etsiessään yleisö tuntuu hakeutuneen enenevässä määrin julkisten sijasta kaupallisten kanavien ääreen, jossa mahdollisuudet "viihdehakuiseen" tai "nautintokeskeiseen" katseluun ovat paremmat.

Yllä esitetyn perusteella kaupallinen televisio on määriteltävissä televisiotoiminnaksi, joka tähtää voittoon, rahoitetaan markkinaperusteisesti joko mainos-, tilaus- tai sponsorituloilla ja jonka omistus on yleensä yksityisissä käsissä. Menestyäkseen se pyrkii tarjoamaan sisältöjä, joille on kysyntää, kohderyhmille, joilla on ostovoimaa tai jotka kiinnostavat mainostajia. Siinä missä maksu-tv myy ohjelmistoja tai kanavia suoraan katsojille, myy mainosrahoitteinen televisio katsojakontakteja mainostajille.

Toisaalta on muistettava, ettei kaupallinen televisio ole yksi ja yhdenmukainen, vaan siinä on nähtävissä aste-eroja. Vertaillessaan TES-TV:stä, Mainos-TV:stä ja Tesvisiosta Suomessa 1950- ja 1960-luvuilla käytyä aikalaiskeskustelua Heidi Keinonen löysi siitä kaksi erilaista kaupallisen television diskurssia. Toisessa kaupallisesta televisiosta muodostui abstraktio, joka perustui amerikkalaisesta televisiosta muodostuneisiin käsityksiin. Toista diskurssia hän taas kutsuu "kaupallisen yleistelevision diskurssiksi". Se nojasi konkreettisemmin suomalaiseen televisiotoimintaan ja katsoi TES-TV:n, Mainos-TV:n ja Tesvision muistuttavan likeisesti julkisen palvelun televisiotoimintaa.[32] Suomessa kaupallinen televisiotoiminta ei koskaan ilmennyt puhtaana, vaan alusta alkaen jonkinlaisena sekamuotona, hybridinä, joka on toteutunut eriasteisesti eri ulottuvuuksilla.

Kirjan keskeinen väite on, että Kolmoskanava oli suorastaan *television kaupallistumisen keskeinen moottori* Suomessa. Tavoitteeni onkin vastata kysymykseen, *millä keinoin Kolmostelevisio ja sen pyörittämä Kolmoskanava kaupallistivat suomalaista televisiota*. Miten Kolmosen kaupallisuus ilmeni sen tavoitteenasettelussa, toiminnassa ja ohjelmistossa? Miten Kolmoskanava loi kaupallisen televisiotoiminnan perustaa sekä edesauttoi MTV3:n syntymistä ja laajemminkin toimilupapolitiikan hallittua vapauttamista?

YLEISRADIOPOLITIIKAN MURROS

Television kaupallistumisen rinnalla tutkimukseni tarkastelee *televisiota koskevan viestintäpolitiikan kehitystä*. Yritän siten kirjoittaa suomalaisen viestintäpolitiikan historiaa Kolmoskanavan tarinan kautta.

Olen aiemmissa töissäni tutkinut sitä, millaisiin peruspilareihin meillä tehdyt viestintä- ja erityisesti yleisradiopoliittiset ratkaisut ovat nojanneet.[33] Viestintäpolitiikassa on kyse viestimien toimintaan vaikuttavien yhteiskunnallisten ehtojen yhteensovittamisesta siten, että ne parhaiten edistäisivät yhteiseksi hyväksi koettuja arvoja, kuten sananvapautta, tasa-arvoa ja demokratiaa.[34] Näinkin määriteltynä käsite on mahdollista rajata joko suppeasti tai laajasti. Suppeassa versiossa viestintäpolitiikka käsittää yksinomaan julkisen vallan (esimerkiksi EU, hallitus, eduskunta, liikenne- ja viestintäministeriö, Viestintävirasto) toimet viestinnän järjestelemiseksi, kun taas laajemmassa määrittelyssä mukaan hyväksytään ylipäänsä erilaisten intressiryhmien, puolueiden, toimialan itsensä ja myös kansalaisten kaikkinainen kamppailu viestinnällisten etujensa puolesta. Tässä kirjassa suosin jälkimmäistä rajausta. Keskeisiksi toimijoiksi nousevat paitsi liikenneministeriö, poliittiset puolueet ja Yleisradion hallintoneuvosto myös viestintäteollisuudessa toimivat yritykset, erityisesti Yleisradio ja MTV.

Laaja määritelmä tarkoittaa, että ymmärrän viestintäpolitiikan samaan tapaan kuin esimerkiksi Des Freedman *useiden toimijoiden väliseksi poliittisen, taloudellisen ja kulttuurisen kamppailun kentäksi*, jolla luodaan ja muotoillaan viestinnän päämääriä, rakenteita, normeja ja käytäntöjä. Kyse ei siis ole vain hallituksen ja viranomaisten toimista, vaan käytännössä pikemminkin neuvonpidosta, jossa julkisen vallan, viestintäyritysten ja erilaisten yleisöä edustavien tahojen intressit ovat vastakkain ja jossa lisäksi erilaiset kansainväliset sitoumukset asettavat omat ehtonsa. Kyse on etujen sovittelusta vaihtelevissa tilanteissa, joissa valtiovallan säätelytoimet yleensä asettavat rajoja yritysten toimintastrategioille. Rajoja pyritään harvoin rikkomaan, sillä siitä seuraa yleensä sanktioita. Esimerkiksi yleisradiotoiminnassa säännösten rikkominen voisi johtaa siihen, ettei toimilupaa enää seuraavalla kierroksella uusittaisikaan.[35]

Säätely, regulaatio, muodostaakin viestintäpolitiikan kenties näkyvimmän elementin. Säätelyssä on kyse viestintäpolitiikan implementoinnista, soveltamisesta käytäntöön. Viestintäpoliittisen kamppailun tuloksena syntyneet säännökset ovat lopulta valtiovallan ja viranomaisten käsiin annettuja instrumentteja, jotka ohjaavat, valvovat ja joissain tapauksessa myös estävät viestintäyritysten ja alan muiden toimijoiden tekemisiä. Säätely konkretisoituu esimerkiksi televisio- ja radiotoimintaa ohjaavassa lainsäädännössä, toimiluvissa tai muissa määräyksissä, jotka voivat koskea vaikkapa ohjelmiston lähettämisen siirtokapasiteettia, ohjelmiston koostumusta tai mainosten määrää.

Viestintäpolitiikka on perinteisesti jaettu yleisradiopolitiikkaan, lehdistöpolitiikkaan ja telekommunikaatiopolitiikkaan.[36] Vaikka viime vuosien teknologinen konvergenssi, internetin kehitys ja sosiaalinen media ovat hämärtäneet jakoa ja nostaneet tavoitteeksi ”teknologianeutraalin” viestintäpolitiikan, on yhä perusteita erotella toisistaan henkilökohtaiseen viestintään keskittyvä telekommunikaatio ja suurten joukkojen informoimiseen tarkoitetut joukkotiedotusvälineet. Lehdistöpolitiikan ja yleisradiopolitiikan puolestaan on erottanut toisistaan se, että lehdistö on läntisissä demokratioissa perinteisesti ollut yksityisesti omistettua ja niukasti säädeltyä, kun taas taajuuksien niukkuuden johdosta yleisradiotoimintaa säädeltiin tiukemmin ja valtiollisesti omistetuilla yleisradiolaitoksilla oli siitä luja ote.

Erityisesti tutkimuksen tarkasteluajankohtana, 1980-luvun puolivälistä 1990-luvun puoliväliin, yleisradiopolitiikka oli vielä voimissaan ja oma erityinen viestintäpolitiikan lohkonsa. Yleisradiopolitiikalla tarkoitan nimenomaan yleisradiotoimintaa, oli se sitten julkista tai yksityistä, koskevien päämäärien, rakenteiden, normien ja käytäntöjen muotoilua ja niistä käytävää kamppailua yhteiskunnassa. Vaikka suomalaisen yleisradiopolitiikan perinnettä tarkastellaan lähemmin seuraavassa pääjaksossa, nimeän jo tässä sen pitkän linjan neljä keskeistä piirrettä.

Ensimmäistä voidaan luonnehtia *rakennepolitiikan korostamiseksi*. Esimerkiksi toimilupia myönnettäessä ohjelmasisällöt ovat jääneet toissijaiseksi päähuomion kohdistuessa toimialan rakenteeseen. Käytännössä tämä tarkoitti pitkään Yleisradion ja sen apuyhtiönä toimineen MTV:n monopolia ja suojelemista kilpailulta. Toimilupapolitiikan toinen hallitseva piirre on ollut *taloudellinen pragmatismi*, joka on tähdännyt siihen, että rakenteelliset ratkaisut olisivat taloudellisesti toimintakelpoisia pienillä markkinoilla ja palvelisivat niin yhteiskunnan kuin yksityisten liikkeenharjoittajien etuja. Käytännössä se ilmeni Yleisradion ja MTV:n likeisenä yhteistyönä. Kolmanneksi meillä on tehty lukemattomia *poliittisia kompromisseja*, joiden avulla on soviteltu näkemyseroja sekä luotu sosiaalista tai toiminnallista kumppanuutta eri osapuolten kesken. Poliittisten yhteenottojen ja yhteisymmärryksen johtava näyttämö on ollut kansanedustajista koostuva Yleisradion hallintoneuvosto, jossa keskeisiä yleisradiopoliittisia päätöksiä tehdään vielä 2000-luvullakin. Neljättä piirrettä voisi kutsua *kulttuuriseksi protektionismiksi*, joka on ilmennyt alun perin holhoavana yleisön suojelemisena sekä sittemmin kotimaisten televisioalan toimijoiden etujen vaalimisena maan rajojen ulkopuolelta tulevia uhkia vastaan.

Tutkimuksen laajempi tavoite onkin tarkastella suomalaisen yleisradiopolitiikan pitkää linjaa ja siinä ilmenneitä murtumia. Pidän kolmannen televisiokanavan perustamista ratkaisevana askeleena kohti yleisradiotoiminnan liberalisoimista, jonka alkusoittoa olivat *Kymmenen uutisten* tulo ruutuun 1981 ja paikallisradioiden pääsy eetteriin 1985. Usko Yleisradion mahdollisuuksiin säilyttää monopolinsa oli hiipumassa ja mainonta hyväksyttiin viimein television legitiimiksi rahoituskei-

noksi. Uusi kanava oli myös merkki siitä, että yleisradiopolitiikka oli luopumassa paternalistisesta pyrkimyksestään määrätä ylhäältä käsin yleisön tarpeista ja ohjailla katsojia. Oli alkamassa aikakausi, joka korosti kuluttajan valinnanvapautta ja kysynnän tyydyttämistä.

Kolmoskanavan jälkeen liberalisointi jatkui valtioneuvoston myönnettyä toimiluvat ensin MTV:lle (1993), sitten Neloselle (1997) ja lopulta lukuisille digikanaville (1999–). Samalla yleisradiotoiminnan lainsäädännöllinen pohja täsmentyi Suomen saatua ensin hyvin vapaamielisen kaapelitelevisiolain (1987), sitten lain Yleisradiosta (1993), lain televisio- ja radiotoiminnasta (1998) ja lopulta viestintämarkkinalain (2003). Aiemmin tiukasti demokraattis-korporatistisen yleisradiomallin on meilläkin vähitellen korvannut liberaalimpi malli, jossa median *kulttuuris-moraalisen säätelyn* on korvannut *taloudellis-kilpailullinen säätely*,[37] mikä on johtanut koko sähköisen viestinnän laaja-alaiseen *markkinoitumiseen*. Tästä laajemmasta viestintäpoliittisesta perspektiivistä on kiinnostavaa pohtia, miten suomalaisen yleisradiopolitiikan pitkä linja taipui Kolmostelevision myötä.

Kirjani harjoittama ”Suomen mallin” ja sen muutoksen analyysi kytkeytyy viestintä- ja yleisradiopoliittisen tutkimuksen perinteeseen, jossa on hahmotettu kansallisten viestintäjärjestelmien ja viestintäpoliittisten ”tyylien” eroja sekä viestintäpoliittisten paradigmojen muutoksia.[38] Suomalaisesta tutkimuksesta sukulaisia ei löydy monta, mutta mainittava on Ismo Silvon ja Eeva Mäntymäen väitöskirjat yleisradiotoimintaan liittyvien tulkintojen ja diskurssien kehityksestä.[39] Tavoitteeni on jäljittää televisiota koskevan viestintäpolitiikan tematiikan ja argumentaation kehitystä. Erityisesti Kolmostelevision viestintäpoliittista merkitystä ovat tarkastelleet myös Raimo Salokangas, Martti Soramäki ja Juhani Wiio,[40] mutta yhtään kokonaisesitystä Kolmoskanavasta ja sen roolista television kaupallistumisen ja viestintäpolitiikan murroksen tienraivaajana ei ole.

Tutkimukseni viestintäpoliittisen näkökulman keskeinen kysymys kuuluu, *millaisen viestintäpolitiikan tuloksena Suomi sai Kolmoskanavan*. Mikä mahdollisti Kolmostelevision kaltaisen hybridin perustamisen ja menestyksen? Miten kanavan perustaminen niveltyi yhtäältä suomalaisen viestintäpolitiikan pitkään linjaan ja toisaalta vaatimuksiin kilpailun vapauttamisesta? Mikä johti Yleisradion ja MTV:n välien lähentymiseen niin, että ne saattoivat yhdistää voimansa Kolmostelevision perustamiseen? Koska tutkimukseni kuitenkin käsittelee paitsi Kolmostelevision perustamista myös sen toimintaa, venytän viestintäpoliittista näkökulmaani kysymällä, *miten Kolmoskanava toteutti viestintäpoliittista tehtäväänsä*. Miten yhtäältä säätely ja toisaalta omistusrakenne vaikuttivat sen ohjelmistoon ja markkinointiin? Millä tavoin Kolmostelevisio liberalisoi yleisradiokenttää?

TUTKIMUKSEN AINEISTOT JA RAKENNE

Koska kirjan keskeinen jänne on historiantutkimuksellinen, olen pyrkinyt etsimään käsiini kaikki keskeiset Kolmoskanavaa koskevat lähteet. Lähtökohtana on *aiempi tutkimus*, joka on käynyt läpi kanavan käynnistämiseen ja toimilupakysymykseen liittyneitä asiakirjoja, haastatellut keskeisiä toimijoita, analysoinut Kolmostelevisiota omistajien strategian kannalta tai analysoinut vaikkapa kanavan menestystä mainosmarkkinoilla.[41] Moni dokumentti on tähän asti ollut kuitenkin tutkimatta – esimerkiksi kanavan perustamista valmistelleiden työryhmien aikoinaan julkistamatta jääneet raportit, samoin perustajayhtiöiden lukuisat muistiot.

Yhden keskeisen aineiston muodostavat siten *alkuperäiset dokumenttilähteet*, jotka liittyvät kolmoskanavan perustamiseen ja myöhempiin vaiheisiin. Olen käynyt läpi Yleisradion ja MTV:n hallintoneuvoston ja hallituksen sekä Kolmostelevision hallituksen kokouspöytäkirjat sekä lukuisat valmisteluvaiheen dokumentit. Yleisradion ja MTV:n arkistoissa oli kuitenkin merkittäviä aukkoja,[42] mikä kertonee siitä, että Kolmostelevisiossa vallitsi enemmän tekemisen kuin kirjaamisen kulttuuri. Nokian omia arkistoja en valitettavasti päässyt tutkimaan.[43] Valmisteluvaiheen kannanmuodostusta ilmentäviä asiakirjoja jäljitin myös liikenne- ja viestintäministeriön, valtioneuvoston sekä suurimpien puolueiden arkistoista. Erityisen suuren avun ovat tarjonneet Martti Soramäen Yleisradiossa kokoama arkisto sekä Heikki Seppälän ja Tauno Äijälän henkilökohtaiset arkistot. Esitteitä, hinnastoja ja kausiohjelmistoja jäljitin Kansalliskirjaston pienpainatekokoelmasta. Asiakirjat ovat kirjassa tekstuaalisen sisällönerittelyn kohteena, mutta näkökulmani niihin on faktuaalinen, jolloin dokumentteja käytetään historiantutkimuksen tapaan Kolmostelevision kehityksen autenttisena kuvauksena.[44]

Dokumentteja täydentävän lähteen on tarjonnut *lehdistö*, joka seurasi Kolmoskanavan perustamista ja lyhyttä taivalta kiitettävän tiiviisti. Suomalaisen ”avoimen” poliittisen kulttuurin yksi sivujuonne on, että monet ratkaisut tehdään kabineteissa ja työjaostoissa, joiden keskusteluista ei pidetä pöytäkirjaa. Niissä esitetyt kannat löytyvät varmimmin päättäjien viestimille antamista lausunnoista. Kattavimmin olen käynyt läpi *Helsingin Sanomien* sisällön. Lehtiaineisto on keskeistä myös siksi, että se ei ainoastaan näytä keskustelun rintamalinjoja, vaan myös sen, miten uutta kanavaa merkityksellistettiin ja miten lehdistö esimerkiksi arvotti sen ohjelmatarjontaa.[45] Kuten asiakirjoista myös lehtiaineistosta haetaan tietoa Kolmostelevisiosta ja yhtiötä koskeneista näkemyksistä.

Toisen täydentävän lähdeaineiston muodostavat *haastattelut*, joita hallussani on pitkältä ajalta. Haastateltujen joukossa ovat perustamisen keskeiset taustahahmot Yleisradiossa, MTV:ssä ja Nokiassa, Kolmoskanavan kolme ensimmäistä toimitusjohtajaa sekä kanavan ohjelmajohtaja ja tiedotuspäällikkö. Valitettavasti kanavapää-

töksen kannalta keskeisistä poliitikoista poissa ovat silloinen pääministeri Kalevi Sorsa (sd) ja liikenneministeri Matti Luttinen (sd), mutta poliitikkojen osalta katsoin valtioneuvoston ja puolue-elinten pöytäkirjat sekä lehdistöaineiston riittäviksi lähteiksi. Aktiivisista taustavaikuttajista kuollut on myös Nokian varatoimitusjohtaja Harry Mildh. Haastatteluja käytetään kirjassa pääosin fakta- tai muistitiedon kaltaisina todistuksina, joissa esitetyt tiedot ja kuvatut tapahtumat on yritetty varmistaa myös muista lähteistä. Rakenteeltaan aineistot ovat teemahaastattelun ja avoimen haastattelun välimaastossa.[46] Henkilöstä riippuen teemat saattoivat hieman vaihdella, ja osalle haastatelluista esitin vain tiettyihin yksityiskohtiin liittyviä kysymyksiä.

Erikseen on aineistona nostettava esiin Kolmosen vuosien 1987–1992 *ohjelmatiedot*, jotka keräsin pääosin *Katso*-lehdestä. Systemaattisen analyysin otosviikoiksi valitsin helmikuun viikot 6 ja 7 sekä lokakuun viikot 42 ja 43.[47] Erikseen olen kerännyt kanavan koko elokuvaohjelmiston, joka löytyi listattuna Suomen Elokuvasäätiön julkaisemista *Elävän kuvan vuosikirjoista*. Ohjelmiston kuvailussa käytän lisäksi apuna lähinnä *Helsingin Sanomien* ja *Katson* ohjelmaesittelyjä ja -arvioita. Ohjelmakarttojen määrällinen ja laadullinen erittely auttaa hahmottamaan kanavan luonnetta, ohjelmapolitiikkaa sekä sitä, millä keinoin Kolmonen pyrki kilpailemaan yhtäältä emoyhtiöidensä ja toisaalta kaapelikanavien kanssa. Kanavan yleisömenestystä puolestaan on tarkasteltu mittaritutkimuksen *katsojalukutiedoilla*.

Asiakirjojen ja muiden dokumenttien, lehtiaineiston, haastattelujen ja ohjelmatietojen on tutkimuksessa määrä täydentää toisiaan. Kolmen erityyppisen aineiston rinnakkaisella käytöllä pyrin sekä *aineistotriangulaatioon* että *menetelmätriangulaatioon*, tapahtumien hahmottamiseen useasta eri kulmasta.[48] Kuten tapaustutkimuksessa yleensäkin, tällaisella ”kolmiomittauksella” pyrin saamaan Kolmostelevision kehityksestä paitsi laajemman myös syvemmän kuvan kuin käyttämällä aineistona pelkästään vaikkapa asiakirjoja.

Kirja jakautuu viiteen pääjaksoon. Johdannon jälkeisessä ensimmäisessä jaksossa tarkastelen Suomen viestintäpolitiikan kehitystä television aikakaudella ja erittelen sen valossa kolmannen kanavan syntyedellytyksiä. Toisessa jaksossa tarkastellaan Kolmoskanavan valmistelua sekä toimiluvasta käytyä kilpailua (1984–1986). Kolmannessa jaksossa tarkastelen Kolmostelevision alkukautta Yleisradion hallitsemana yhtiönä (1986–1989). Neljäs jakso keskittyy Kolmostelevision kauteen MTV:n tytäryhtiönä (1990–1993), jolloin Kolmosesta tuli tulevan MTV3:n rakennustyömaa. Viidennessä jaksossa kokoan tuloksia yhteen ja pohdin Kolmoskanavan merkitystä suomalaisen yleisradiotoiminnan markkinoitumisessa ja viestintäpolitiikan liberalisoitumisessa.

Kolmannesta tv-kanavasta käytän kirjassa pääsääntöisesti yleisönkin suuhun vakiintuneita nimityksiä ”kolmoskanava”, ”Kolmoskanava” tai ”Kolmonen”. Pientä

alkukirjainta käytän silloin, kun kyse on ylipäänsä kolmannesta tv-verkosta, isoa alkukirjainta taas, kun puhe on siinä toimineesta televisiokanavasta. ”Kolmostelevisio”-nimitystä käytän, kun puhun nimenomaan kanavaa ohjelmoineesta yhtiöstä, vaikka senkin alkuperäinen työnimi oli Kolmoskanava. Kävi kuitenkin niin, että juuri ennen H-hetkeä havaittiin, että toiminimen oli kaupparekisterissä varannut itselleen helsinkiläinen LVI-alan pöytälaatikkoyhtiö Kolmoskanava AH Aaro Huhtala. Lehtitietojen mukaan ilmastointifirma yritti myydä nimen takaisin tv-yhtiölle, joka kuitenkin kieltäytyi maksamasta vaadittua miljoonan markan summaa. Niinpä tämä jouduttiin kirjaamaan yhtiörekisteriin nimellä Oy Kolmostelevisio Ab.[49] ”Kolmoskanava” pysyi kanavan tuotenimenä kuitenkin koko sen toiminnan ajan.

Kirjassa puhutaan paljon myös yleisradiotoiminnasta ja yleisradiopolitiikasta. Niillä ei silloin viitata yksinomaan Yleisradioon, vaan ylipäänsä vapaasti etenevillä radioaalloilla tapahtuvaan radio- ja televisiotoimintaan, rahoitettiin se sitten julkisesti tai kaupallisesti.

On aika avata Kolmoskanava.



Mainos-TV tarjoaa
58 tuntia
teatteriohjelmaa
vuodessa
Ilman mainontaa katsojat menettäisivät
kaikkiaan 65 suosittua ohjelmaa
Kuvaruutu olisi pimeänä suuren osan iltaa. Joukko suosituimpia ohjelmia olisi poissa. Mainos-TV:n kaikki 65 ohjelmaa olisi pakko lopettaa. Eikä tämä riittäisi. Suuri osa myös Suomen Television lähetyksistä jäisi Mainos-TV:ltä saatavien vuokratulojen puuttuessa pois. Television kehitys ja laajeneminen hidastuisi. Kuka haluaisi olla kehitystä vastaan? Ei kukaan.
Älkää pudottako "mainospöllöä" — sen mukana putoaisi 65 suosittua ohjelmaa
OY MAINOS – TV – REKLAM AB



Vuonna 1964 asenteet televisiomainontaa kohtaan kiristyivät. Mainos-TV vastasi keskusteluun "Älkää pudottako mainospöllöä" kampanjalla, johon sisältyi lehti-ilmoittelua ja julisteiden levitystä radioliikkeisiin.

VIESTINTÄJÄRJESTELMÄ JA YLEISRADIO-POLITIIKAN PERINNE

Koska kirjan näkökulma on paitsi historiallinen myös ja ennen kaikkea viestintäpoliittinen, yritän seuraavassa tarkentaa viestintäpoliittista lähestymistapaani. Maassa harjoitettu viestintäpolitiikka luonnollisesti heijastelee sen viestintäjärjestelmää. Suomen mallia on kuvattu demokraattis-korporatistiseksi. Yleisradiopolitiikka on sen mukaisesti ollut valtiovetoista, mikä on heijastunut paitsi sen toimintatapaan myös perusstrategioihin, joiksi olen nimennyt (1) *rakennepolitiikan korostumisen*, (2) *taloudellisen pragmatismin*, (3) *poliittiset kompromissit* ja (4) *kulttuurisen protektionismin*. Erityisesti tarkastelen sitä, miten suomalaista yleisradiopolitiikkaa luonnehtivat neljä perusominaisuutta ovat television aikakaudella toteutuneet. Luodatessani käsillä olevassa jaksossa suomalaisen yleisradiojärjestelmän ja televisiotoiminnan muotoutumista sekä Yleisradion ja MTV:n suhteiden kehitystä tehtyjen yleisradiopoliittisten ratkaisujen kautta pyrin samalla hahmottelemaan ne poliittiset, taloudelliset ja kulttuuriset lähtökohdat, joista Kolmostelevisiota koskevat ratkaisut sitten tehtiin.

DEMOKRAATTINEN KORPORATISMI

Vaikutusvaltaisessa teoksessaan *Comparing Media Systems* Daniel Hallin ja Paolo Mancini ryhmittelevät läntisten demokratioiden viestintäjärjestelmät kolmeen pääryhmään. Erottelu tarjoaa hyvän perustan suomalaisen yleisradiojärjestelmän ymmärtämiselle.[1] (Taulukko 1.)

Taulukko 1 Viestintäjärjestelmien eroja

Ulottuvuus	Liberaali malli	Polarisoitunut pluralistinen malli	Demokraattis-korporatistinen malli
Massalehdistön merkitys	suuri	vähäinen	suuri
Poliittinen parallelismi	vähäinen	suuri	suuri/kohtalainen
Journalismin professionalisoituminen	suuri	vähäinen	suuri
Valtion interventio	vähäinen	suuri	suuri

Lähde: Hallin & Mancini 2004, 299

Ensimmäistä, *liberaalia mallia*, edustavat esimerkiksi Iso-Britannia, Yhdysvallat ja Kanada. Sille luonteenomaista on erittäin kehittyneet mediamarkkinat ja vahva massalehdistö, samoin journalismin pitkälle viety professionalismi, kun taas valtion puuttuminen median toimintaan on suhteellisen vähäistä, koska sen nähdään uhkaavan tiedon vapaata kulkua. Julkinen yleisradiotoiminta on liberaalin mallin maissa pyritty pitämään turvallisen matkan päässä poliittisista päätöksentekijöistä. Viestintävälineillä ei myöskään ole lujia siteitä poliittisiin puolueisiin, vaan viestimien edustuksellisuus perustuu löyhempiin asiakassiteisiin ja sisäiseen pluralismiin, jolloin jokainen viestin pyrkii palvelemaan monipuolisesti kaikkia yleisöryhmiä. Liberaalin mallin piirissä journalismin autonomiaa harvoin uhkaa poliittinen ohjailu; suurempi on kaupallisen ohjailun vaara.

Toisen vaihtoehdon muodostaa *polarisoitunut pluralistinen malli*. Se on tyypillinen Välimeren maille, kuten Ranskalle, Espanjalle ja Italialle, joissa media on vahvasti (puolue)politisoitunut ja valtion ote viestimiin ollut perinteisesti luja. Näissäkin maissa mediamarkkinat voivat olla hyvin kehittyneet, mutta lehdistö on pikemmin eliitin kuin massojen suosima viestin ja television merkitys julkisuudelle suuri. Lehdistölle on myös ominaista voimakas poliittinen jakautuminen, ulkoinen pluralismi ja asianajojournalismi, kun taas journalistien oma professionalistinen kulttuuri ei ole kovin kehittynyttä. Julkinen yleisradiotoiminta on polarisoituneen pluralismin maissa usein ollut hallitusvastuuta kantavan puolueen määräysvallassa, mutta viime vuosikymmeninä sähköistä viestintää on liberalisoitu tavalla, jota on kutsuttu ”brutaaliksi deregulaatioksi”.[2]

Kolmannen ryhmän muodostavat esimerkiksi Pohjoismaat, Saksa, Itävalta ja Hollanti, joiden viestintäjärjestelmiä Hallin ja Mancini kutsuvat *demokraattis-korporatistiseksi malliksi*. Sen perinteeseen kuuluu organisoitujen yhteiskunnallisten ryhmien ja puolueiden panos median kehityksessä, joskin sen rinnalla elää pyrkimys konsensukseen, yhteisiin normeihin ja yhteiseen hyvään. Vaikka näissäkin maissa kunnioitetaan tiedonkulun vapautta, valtiota ei koeta sen vihollisena, vaan turvaajana, mikä sopii hyvin yhteen maissa yhä kunnioitetun hyvinvointivaltioajattelun kanssa. Siksi valtiolla on suuri rooli esimerkiksi julkisessa yleisradiotoiminnassa, vaikka samalla myös yksityisesti omistetun mediateollisuuden on sallittu kasvaa ja muodostaa markkinoita. Demokraattisen korporatismin maissa onkin laajalevikkinen kaupallinen massalehdistö, vahva journalistinen professionalismi ja yleisön suuri kiinnostus julkiseen elämään.

Luonnollisesti eivät yksinomaan viestintäjärjestelmien yhtäläisyydet yhdistä demokraattista korporatismia edustavia maita, vaan myös niiden poliittisissa järjestelmissä on yhtäläisyyksiä. Pohjoismaiden kaltaisia poliittisia muodostelmia yhdistävät muun muassa varhainen demokratisoituminen ja maltillinen pluralismi, pyrkimys konsensukseen, vahvat poliittiset puolueet, legalismin perinne sekä vahva hyvinvointivaltio.[3] Anker Brink Lund ja Christian Edelvold Berg ovat kiteyttäneet nimenomaan pohjoismaisen viestintäjärjestelmän demokraattisen korporatismin neljään perusominaisuuteen: (1) yksityisesti omistetun sanomalehdistön suhteellisen suuri lukijakunta, (2) kaupallisen radion ja television suhteellisen myöhäinen vapauttaminen, (3) julkisen palvelun radion ja television suuri yleisöosuus ja (4) osapuolten yhteisesti sääntelemään kilpailuun perustuvat markkinaolosuhteet.[4]

Nämä poliittisen järjestelmän ja viestintäjärjestelmän ominaisuudet tuntuvat pätevän hyvin Suomeen. Yleinen ja yhtäläinen äänioikeus tuli meille ensimmäisten joukossa maailmassa, ja etenkin sodanjälkeisinä vuosina Suomessa on pyritty koalitiohallituksiin, jotka ovat sovitelleet eri osapuolten näkemyksiä. Poliittinen toiminta on ollut valtiovaltaan tiiviissä suhteessa olevien puolueiden ja organisoitujen edunvalvontatahojen käsissä. Hallinto on perustunut lainsäädännön tarkkaan noudattamiseen. Valtiovaltaa on kunnioitettu yhteisen hyvän edustajana. Poliittisen parallelismin mukaisen vahvan lehtikentän on Suomessa nyttemmin korvannut laajalevikkinen massalehdistö, jonka yhteenlaskettu levikki asukasta kohden on maailman huippua. Toimittajien riippumattomuus on suuri, ja journalismin ammatillisten normien valvonnassa vallitsee organisoitunut itsesäätely. Valtio ei puutu juuri lehdistön toimintaan, ja esimerkiksi puoluepoliittisten lehtien saama tuki on menettänyt merkitystään. Yleisradiotoiminnassa sen sijaan valtion rakenteita ohjaava, toimia valvova ja taloudellinenkin rooli on tv-maksun ansiosta säilynyt lujana, vaikka esimerkiksi television kehitys Suomessa poikkeaa merkittävästi muista Pohjoismaista.[5]

Demokraattista korporatismia edustaville maille yhteistä kuitenkin on se, että julkiset yleisradioyhtiöt – sellaiset kuin Ruotsin SVT, Norjan NRK, Tanskan DR, Saksan ARD ja ZDF tai Suomen YLE – ovat niissä vahvassa asemassa, hyvin rahoitettuja ja toiminnaltaan itsenäisiä, vaikka ne ovat samalla poliittisesti valittujen elimien ja tarkkojen säädösten kaitsemia. Julkisiin yleisradioyhtiöihin on liitetty yleispalveluvelvoite: niiden on ollut määrä palvella kaikkia kansalaisia yhtäläisesti, asuinpaikasta ja varallisuudesta riippumatta. Niiden rinnalla toimivaa yksityistä kaupallista televisiotoimintaa säädellään laeilla, toimiluvilla ja sopimuksilla. Hallinin ja Mancinin sanoja lainatakseni ”yleisradiotoimintaa pidetään näissä maissa instituutiona, jonka vaikutus yhteiskuntaan on liian suuri jätettäväksi yksinomaan yksityisten intressien valvontaan ja jota sen tähden on pidettävä yllä yleistä etua edustavan valtiovallan toimesta”.[6]

Tärkeää on huomata, että nimetyt kolme mallia ovat ideaalityyppisiä ja niitä edustavien maiden välillä voi esiintyä huomattavia eroja.[7] Kansalliset erityispiirteet ovat seurausta maiden erilaisesta historiasta, maantieteestä, poliittisten järjestelmien eroista, kansantalouden vahvuudesta, väestörakenteesta, kulttuurisista ja kielellisistä tekijöistä tai muusta vastaavasta. Esimerkiksi Suomessa Yleisradio on 99-prosenttisesti valtion omistama osakeyhtiö. Ruotsin kolmeksi yhtiöksi hajautetun yleisradiokonsernin sen sijaan omistaa säätiö, jonka hallituksen nimittää maan hallitus. Suomessa ja Saksassa julkista yleisradiotoimintaa rahoitettiin alusta alkaen mainoksilla, kun taas Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa mainonta televisiossa sallittiin vasta 1990-luvulle tultaessa – eikä silloinkaan SVT:n, NRK:n eikä DR:n kanavilla. Ruotsissa Sveriges Radion hallinto on Britannian BBC:stä tuttuun tapaan yritetty pitää ”käsivarren mitan päässä” poliittisten päättäjien vaikutusvallasta, kun taas Suomessa Yleisradion hallintoneuvoston valta on jaettu eduskunnassa edustettuina olevien puolueiden kesken niiden kannatuksen mukaisessa suhteessa. Hallinin ja Mancinin terminologiassa Ruotsi edustaa professionaalista hallintomallia erotuksena Suomen parlamentaaris-edustuksellisesta hallintomallista.[8]

Jos mallien sisällä maat voivat poiketa tuntuvasti toisistaan, mallien välillä voi vastaavasti esiintyä huomattavia yhtäläisyyksiä. Yleisesti on tunnustettu liberaalia mallia edustavan Britannian yleisradioyhtiön BBC:n suuri vaikutus julkisiin yleisradioyhtiöihin kaikkialla maailmassa, viestintäjärjestelmästä riippumatta. BBC:n antamaa julkisen palvelun yleisradion esikuvaa onkin sovellettu niin demokraattista korporatismia, polarisoitunutta pluralismia kuin myös liberaalia mallia edustavissa maissa. Eri maissa julkinen yleisradiotoiminta vain on organisoitu tavalla, joka on parhaiten näyttänyt sopivan maan poliittiseen kulttuuriin ja viestintäjärjestelmän perusoletuksiin. Edelleen on huomattava, että yksittäisen maan viestintäjärjestelmä ei välttämättä ole koherentti, ts. esimerkiksi johdonmukaisen liberaali tai johdonmukaisen korporatistinen. Yksin BBC:n olemassaolo tekee Britanniasta

liberaalin mallin edustajana varsin ristiriitaisen. Viime aikoina Suomessa on esitetty, että "politisoituneen" hallintoneuvoston sijasta Yleisradion valvonta tulisi siirtää "riippumattomalle" organisaatiolle, tai on haluttu täydentää hallintoneuvostoa tuomalla sen kokoonpanoon lisää viestinnän asiantuntemusta, mikä tarkoittaisi siirtymistä parlamentaaris-edustuksellisesta mallista kohti liberaalille mallille tyypillistä professionaalista hallintotapaa.[9]

Hallinin ja Mancinin hahmottelemat viestintäjärjestelmät ovat ideaalityyppisyydestään huolimatta luonteeltaan historiallisia, koska ryhmittelyn perustana ovat viestinnän rakenteet ja järjestelyt eri maissa tiettynä aikana. Heidän teoriaansa voidaankin arvostella siitä, että se nojaa niin voimakkaasti menneisyyteen, perinteisiin rakenteisiin, eikä ota riittävästi huomioon 1980- ja 1990-luvuilla käynnistyneen viestinnän markkinoitumisen vaikutusta.[10] Toisaalta Hallin ja Mancini itsekin toteavat järjestelmien olevan jatkuvan muutoksen prosessissa ja niiden välisten erojen olevan kaventumassa ja konvergoitumassa liberaalin mallin suuntaan.[11]

Juha Herkmanin mukaan suomalaisen viestintäjärjestelmän muutos sitten 1990-luvun on ollut suorastaan radikaali. Muutoksesta kertovat esimerkiksi puoluesidonnaisille ja kakkoslehdille suunnatun lehdistötuen kutistuminen lähes olemattomiin, julkisen palvelun yleisradiotoiminnan kaventunut rooli ja kaupallisten viestimien säätelyn keventyminen. Esimerkiksi Yleisradion osuus television katselusta on laskenut, kun taas kaupalliset viestimet ovat paisuneet Sanoma-konsernin tapaan useilla viestinnän aloilla toimiviksi konserneiksi. Mediajärjestelmän muutoksen rinnalla myös poliittinen järjestelmä on kehittynyt puoluedemokratiasta yleisödemokratiaksi, joka on henkilöitynyt ja viihteellistynyt sekä yhä riippuvaisempi mediajulkisuudesta. Sikäli kuin Suomea yhä voi pitää demokraattista korporatismia edustavana maana, se on markkinoitumisen ja deregulaation myötä lähentynyt tuntuvasti liberaalia mallia.[12]

DEREGULAATIOSTA MARKKINOITUMISEEN

Nimenomaan sähköisen viestinnän ja viestintäpolitiikan murrosta kohti liberaalia mallia on totuttu kuvaamaan *deregulaatioksi*. Käsitteellä on viitattu siihen, kuinka sähköinen viestintä on pyrkinyt vapautumaan sitä kahlinneiden säännösten vallasta ja muuttunut entistä enemmän liiketoiminnaksi. Yleisradiomonopolien olemassaoloa on perinteisesti perusteltu teknisin, taloudellisin ja kulttuurisin syin, mutta viimeistään 1990-luvulle tultaessa monopolien perusteista ei ollut enää paljon jäljellä. Tekninen syy, radiotaajuuksien rajallisuus, oli käynyt kaapeli- ja satelliittijakelun ansiosta suhteelliseksi, ja myös maanpäällisiä taajuuksia oli saatu käyttöön aiempaa enemmän. Alalle pyrkineet viestintäyritykset olivat kyseenalaistaneet kaupallisen

perusteen, markkinoiden ja rahan rajallisuuden. Myös kulttuurinen peruste, kansallisen kulttuurin puolustaminen, oli muuttumassa ontoksi, koska yleisöllä oli jo pääsy mitä moninaisimpien viestimien äärelle. Uudessa tilanteessa sähköisen viestinnän säätelyä lievennettiin ja myös kaupalliset toimijat pääsivät markkinoille.

Deregulaation perusteluiksi esitettiin lähinnä kaksi argumenttia, joista toinen puhui viestinnän *demokratisoimisen*, toinen taas *vapaiden markkinoiden* laajentamisen puolesta. Argumenttien esittäjät edustivat osittain eri tahoja, edellinen idealistista, toinen markkinaliberaalia ajattelutapaa. Kun eri maissa sitten ajettiin läpi viestinnän liberalisointiin tähtääviä viestintäpoliittisia uudistuksia, nämä kaksi argumenttia usein sekoittuivat toisiinsa siten, että viestinnän demokratisoinnin idealistista tavoitetta käytettiin muurinmurtajana tilanteissa, joissa tosiasiassa tähdättiin uusien viestintäyritysten pääsyyn markkinoille.

Demokratisoinnin vaatimus lähti siitä, että monopoliasemassa olevat yleisradiot olivat poliittisessa ohjauksessaan muuttuneet liian etäisiksi eivätkä enää heijastaneet yleisöjen tarpeita. Demokratiaodotukset suuntautuivat valtion sijasta nyt ”kansalaisyhteiskunnan spontaaniin organisoitumiseen ja uuden viestintäteknologian tarjoamaan demokraattiseen potentiaaliin”. Suomessa tämä tarkoitti paikallisradiotoimintaa, jossa demokratialiikkeen pyrkimys oli lisätä sähköisen viestinnän moniarvoisuutta tuomalla uusia ääniä ja uusia kanavia perinteisen Yleisradion rinnalle.[13] Paljon perustavamman voiman deregulaation puolesta kuitenkin muodosti markkinaliberaali ajattelu, joka kyseenalaisti kokonaan julkisen palvelun yleisradiot. Perinteinen yleisradioajattelu oli lähtenyt siitä, että sananvapaus voidaan turvata parhaiten universaalin, kaikille yhtäläisin ehdoin tarjotun julkisen yleisradion avulla, joka on valtiovallan sääntelemää mutta samalla riippumatonta niin markkinoista kuin poliittisista suhdanteista. Markkinaliberaali ajattelu halusi jotain aivan muuta. Sen mielestä sananvapaus toteutuisi parhaiten, jos myös sähköinen viestintä toimisi lehdistön tapaan täysin vapaana ja kaupallisten yritysten käsissä. Kuluttajien edut sekä tarjonnan laatu ja monipuolisuus voitaisiin parhaiten turvata, jos alalla vallitsisivat kysyntään ja tarjontaan perustuvat markkinat. Kuten demokratisoinnin vaatimusta, myös markkinoiden vapauttamista perusteltiin teknologian mahdollistamilla muutoksilla.

Markkinaliberaalin ajattelun menestystä edisti sen puolesta puhuneen koalition vahvuus. Siihen kuuluivat niin elektroniikkateollisuus, joka halusi tuoda markkinoille uutta televisiotekniikkaa, viestintäyhtiöt, jotka halusivat laajentaa markkinoitaan, kuin myös kansalliset telekommunikaatioviranomaiset, jotka halusivat edistää uusien teknologioiden leviämistä. Myös useiden maiden hallitukset ajoivat deregulaatiota, koska sen uskottiin nopeuttavan taloudellista kasvua, houkuttelevan sijoittajia ja luovan uusia työpaikkoja. Erityisesti oikeistopuolueet ympäri Euroopan suosivat markkinaliberaaleja ideoita ja markkinoitumiskehitystä, koska se

tarjosi myös tilaisuuden purkaa ja keventää julkista sektoria. Myös EU:n komissiolla oli 1990-luvulla keskeinen rooli markkinoiden yleiseen vapauttamiseen, valtiollisen säätelyn purkuun ja markkinoita vääristävien valtiontukien lakkauttamiseen tähtäävän politiikan läpilyönnissä.[14]

Deregulaatiosta puhuminen on kuitenkin monessa mielessä ongelmallista. Ensinnäkin käsitteen taakse näyttää kätkeytyvän useita rinnakkaisia kehityskulkuja, jotka on jokseenkin virheellisesti niputettu deregulaation alle. Toiseksi se kuvaa sittemmin toteutunutta kehitystä puutteellisesti, sillä säätelyä ei lopulta niinkään ole purettu, vaan sen luonne on pikemminkin muuttunut. Analyyttisessa mielessä onkin tärkeää erotella 1980-luvulla käynnistyneessä sähköisen viestinnän kehityksessä eri tasoja.[15]

Ensinnäkin toimialan rakenteen tasolla viimeisen 30 vuoden aikana on tapahtunut perustavanlaatuinen *liberalisointi*, kun uusia toimilupia on myönnetty niin uusille kuin vanhoille viestintäyrityksille, minkä seurauksena aiemmin julkisena monopolina pidettyyn yleisradiotoimintaan on tuotu kilpailua. Toiseksi omistuksen tasolla on tapahtunut sekä toimialan *korporatisoitumista* että *kansainvälistymistä*, minkä seurauksena yhä useammat sähköisen viestinnän yritykset ovat pörssissä noteerattuja julkisia osakeyhtiöitä tai laajempien viestintä- tai monitoimialayhtiöiden osia. Kolmanneksi toiminnan rahoituksen tasolla sähköinen viestintä on *kaupallistunut*, mikä tarkoittaa mainosrahoituksen ja tilausmaksujen hallitsevaa osuutta yleisradiotoiminnan taloudesta. Neljänneksi on tapahtunut ohjelmiston *yksilöllistymistä* ja *virtaviivaistumista*, kun tarjontaa on säätelyn helpottuessa muokattu paremmin vastaamaan oletettua kysyntää.

Tarkasti ottaen deregulaatio tarkoittaa vain ja ainoastaan ”voimassa olevan lainsäädännöllisen ja hallinnollisen sääntelyn keventämistä tai purkamista”.[16] Vain osa yllä kuvatuista muutoksista ilmentää deregulaatiota, kun taas monet ovat joko deregulaation rinnakkaisilmiöitä tai sen seurauksia. Sitä paitsi regulaatio ei suinkaan ole menettänyt merkitystään sähköisessä viestinnässä. Päinvastoin useimmissa maissa yleisradiotoimintaan kohdistuneita lainsäädännöllisiä tai hallinnollisia säännöksiä on muutettu aiempaa yksityiskohtaisemmiksi ja on perustettu uusia viestintäpoliittisia säätely- ja valvontaelimiä. Julkisen palvelun yleisradioyhtiöitä ei ole lakkautettu eikä yksityistetty (muutamia poikkeuksia lukuunottamatta) eikä niiden julkista rahoitusta lakkautettu. Sen sijaan niiden tehtävää ja rahoituksen ehtoja on täsmennetty, samoin niiden valvontaa ja julkista arviointia on tehostettu. Myös kaupallisesti rahoitettuja yleisradioyhtiöitä säännellään asettamalla toimiluvissa niille hyvinkin detaljoituja toiminnallisia, taloudellisia ja sisällöllisiä ehtoja.[17] Deregulaation sijasta pitäisikin puhua *reregulaatiosta*, viestinnän uudelleensäätelystä.

Julkisen vallan, valtion, rooli säätelijänä on muuttunut siten, ettei se enää ole niinkään sähköisen viestinnän liiketoiminnan rajoittaja ja kontrolloija, vaan pikem-

minkin edellytysten luoja ja pelisääntöjen määrittäjä – samalla kun viestintäpolitiikan tavoitteeksi on nostettu kuluttajien valinnanmahdollisuuksien ja kilpailun lisääminen. Valvontaa ja säätelyä tarvitaan nyt, jotta avatut markkinat toimisivat mahdollisimman hyvin.[18] Hannu Nieminen ja Mervi Pantti kutsuvat muutosta siirtymäksi *kulttuuris-moraalisesta säätelystä* kohti median *taloudellis-kaupallista säätelyä*. Samankaltaiseen kehitykseen ovat kiinnittäneet huomiota myös Jan van Cuilenburg ja Denis McQuail, joiden mukaan teknisiin, taloudellisiin ja konsumeristisiin arvoihin perustuva viestintäpolitiikan paradigma on useissa maissa korvaamassa median demokraattisia tehtäviä ja poliittista vastuuta korostaneen viestintäpolitiikan paradigman.[19]

Kaikkialla Euroopassa viestimistä on enenevässä määrin tullut ensisijaisesti liikeyrityksiä, yleisöstä kuluttajia ja viestintäteknologiastakin lähinnä keino siivittää taloudellista kasvua. Tässä kirjassa kutsun tätä ilmiötä *markkinoitumiseksi*. Markkinoituminen kattaa käsitteenä niin deregulaation ja reregulaation kuin niiden rinnakkais- ja seurannaisilmiötkin. Markkinoitumiskehitys ei johda välttämättä siihen, että koko sähköinen viestintä muuttuisi markkinaehtoiseksi, vaan kyse on diskursiivisesta horisontinmuutoksesta, jossa markkinoista tulee kaiken toiminnan kriteeri. Sen seurauksena myös julkisen palvelun yleisradioyhtiöt ovat alkaneet muistuttaa enenevästi muita viestintäyrityksiä. Niiden mahdollisia tappioita seurataan tarkasti; niiden hallinnossa sovelletaan tavanomaisia liikkeenjohdollisia reseptejä ja menetelmiä; niiden organisaatiota on madallettu ja henkilöstöä vähennetty. Myös julkisen ja kaupallisen yleisradiotoiminnan keskinäisessä hierarkiassa on tapahtunut käänne, jonka seurauksena kaupallisesta toiminnasta on tullut sääntö ja julkisesta poikkeus, jonka oikeutus on perusteltava erikseen.[20]

PIENEN MAAN ONGELMA

Markkinoitumisen seuraukset ilmenevät eri tavoin ja eriaikaisesti eri maissa. Hallin ja Mancini erottelevat viestintäjärjestelmien mallinnuksessaan maat toisistaan neljän kriteerin – mediamarkkinoiden kehityksen, poliittisen parallelismin asteen, professionalisoitumisen ja valtion roolin – perusteella. On kuitenkin mahdollista, että löytyy muitakin tekijöitä, jotka selittävät valtioiden välisiä eroja ja yhtäläisyyksiä. Sellaiseksi on viimeaikaisessa tutkimuksessa nostettu väkiluku. Väestömäärältään pienille maille yhteistä on (1) *yleisö- ja mainosmarkkinoiden pienuus* ja (2) siitä seuraava *voimavarojen puute*, (3) *riippuvuus* globalisaatiosta ja ylipäänsä maan rajojen ulkopuolisista toimijoista sekä (4) näistä tekijöistä yhdessä seuraava *haavoittuvuus*. Ne kaikki ovat seikkoja, joiden vuoksi koolla on väliä yritettäessä ymmärtää niin viestintäteollisuuden toimintaedellytyksiä kuin viestintäpolitiikkaa eri maissa.[21]

Televisiotoiminnan taloutta rasittavat suuret kiinteät kulut ja pienet marginaalikustannukset. Jokainen tuotettu ohjelma on prototyyppi, jonka ”ensimmäinen kappale” voi maksaa miljoonia mutta jonka menestyksestä markkinoilla ei ole varmuutta. Ensimmäisen katsojan tavoittaminen on televisiossa kallista, mutta katsojamäärän lisääminen vaikkapa puolesta miljoonasta viiteen miljoonaan ei välttämättä maksa mitään, minkä johdosta markkinoiden koko on merkittävä televisiotoimintaa ehdollistava tekijä. Mitä suuremmat markkinat, sen suuremmat mahdollisuudet on hankkia ohjelmille rahoitusta, tapahtuu se sitten myymällä mainoksia tai lupamaksuvaroin. Televisiotoiminta suosii *suuruuden ekonomiaa* ja hakee tuotteilleen mielellään *suurinta mahdollista yleisöä*. Toisaalta mitä suuremmat markkinat, sen paremmat mahdollisuudet tarjoutuvat myös pienten yleisöjen palveluun. Pienissä maissa taas voimavarojen ja markkinoiden pienuus muodostuvat helposti umpikujaksi, josta ei ole ulospääsyä.[22]

Koska riittäviä palveluja ei pystytä tuottamaan markkinaperusteisesti, pienet maat pitävät valtion puuttumista viestintämarkkinoihin usein tarpeellisena jo yksin viestinnän monipuolisuuden ja kotimaisen ohjelmiston turvaamiseksi.[23] On kiinnostavaa, että julkisen palvelun yleisradiomonopolia varjeltiin pisimpään sellaisissa pienissä maissa kuin Norja, Tanska, Ruotsi, Sveitsi ja Itävalta. Pienuus jo yksin voi siis olla syynä valtion interventioon viestintämarkkinoilla. Toisaalta juuri markkinoiden ja resurssien pienuuden johdosta pienet maat voivat päätyä säätelemään esimerkiksi viestinnän keskittymistä paljon lievemmin kuin suuret maat. Pienen maan näkökulmasta viestimien ristiinomistus voi olla suorastaan hyödyllistä, koska se voi olla keino luoda suuruuden ekonomiaa, vahvistaa maan omaa viestintäteollisuutta ja vähentää ulkomaista riippuvuutta. Pienuus voi siten selittää niin säännösten olemassaoloa kuin niiden puutetta.[24]

Voimavarojen vähäisyys ja kotimarkkinoiden pienuus ovat yhteisiä murheita kaikille pienille maille, mutta riippuvuus ja haavoittuvuus saattavat olla sidoksissa myös kieleen. Eksklusiivinen kieli voi tarjota suojan ulkomaisia vaikutteita vastaan. Voidaan olettaa, että saksankielisessä Itävallassa tai ranskankielisessä Belgiassa televisiotoiminta on alttiimpi suuren naapurimaan ohjelmille kuin vaikkapa Islannissa. Kouriintuntuva esimerkki on ulkomaisten televisiokanavien katseluosuus Euroopan eri maissa. Ulkomaisia kanavia katsotaan hyvin vähän sellaisissa kielellisesti omaperäisissä maissa kuin Kreikka, Unkari ja Portugali – tai Suomi, kansalaisten hyvästä kielitaidosta huolimatta. Valtion luja interventionistinen ote onkin tyypillistä niille pienille maille, joilla on naapurissaan samaa kieltä puhuva suurempi maa. Toisaalta vaikka eksklusiivinen kieli voi suojata maata ulkomaisten mediakonsernien valloituksilta, on myös muistettava, että mitä pienempi kieli, sen kalliimpaa omakielinen ohjelmatuotanto suhteellisesti on.[25]

Suomessa väestön pienuus on tarkoittanut vähäisiä tuotantoresursseja ja pie-

niä kotimarkkinoita. Kun suomen kieli ei ole juuri helpottanut ohjelmien kauppaa muihin maihin ja kun rasitteena lisäksi on maan kaksikielisyys, ohjelmatuotannon rakenteelliset puitteet ovat olleet ahtaat. Valtaväestön kielellinen eristyneisyys on suojellut televisiotoimintaa, mutta toisaalta markkinoiden pienuuden vuoksi ulkomaista ohjelmistoa on voitu ostaa halvalla. Merkille pantavaa on, että sen enempää televisio-ohjelmien kuin radiomusiikin suomenkielisyyttä ei ole missään vaiheessa nostettu säätelyn piiriin.[26] Kotimainen sisältö on muutenkin päässyt esille. Sen sijaan ruotsin kielen asema maan toisena virallisena kielenä on synnyttänyt lisähaasteita Yleisradiolle. Kaupallisillekin tv-kanaville asetettiin kielivaatimuksia vielä 1990-luvulla, mutta nyttemmin velvoitteet on poistettu.[27]

Suomi onkin aivan viime aikoihin asti keskittynyt tukemaan oman viestintäteollisuutensa toimintaedellytyksiä. Omistuksen keskittymistä ei esimerkiksi ole kahlittu, koska on uskottu vain riittävän vahvojen toimijoiden kykenevän tarjoamaan laadukasta sisältöä. Yleisradiotoiminnan toimilupia myönnettäessä on suosittu yhtiöitä, jotka edistävät kotimaista ohjelmatuotantoa.[28] Samoin julkisen yleisradioyhtiön erityisasemaa on pidetty yllä osittain juuri siksi, ettei pienillä markkinoilla yhtäältä ole uskottu olevan voimavaroja kilpailuun; toisaalta on pelätty ”markkinoiden epäonnistumista”,[29] sillä pienten yleisöryhmien palveleminen markkinaperusteisesti on harvoin kannattavaa. Itse asiassa vasta 1990-luvulta alkaen, EU:n kilpailupolitiikkaan sitoutumisen myötä, Suomen yleisradiopolitiikassakin on alettu kiinnittää huomiota omistussuhteisiin. Television toimilupia myönnettäessä on pyritty välttämään viestinnän haitallista keskittymistä ja vastaavasti edistämään toisistaan riippumattomien toimijoiden pääsyä markkinoille.[30] Vielä vuonna 2009 television kolme suurinta toimijaa (Yleisradio Oy, MTV Oy ja Sanoma Television Oy) hallinnoivat kuitenkin yli puolta maanpäällisen verkon televisiokanavista, ja niiden yhteenlaskettu katseluosuus oli melkein 90 prosenttia.[31]

Voidaankin ajatella, että Suomen erityispiirteet – maantieteellinen laajuus yhdistettynä väestön pienuuteen sekä omintakeinen pääkieli yhdistettynä maan kaksikielisyyteen – ovat asettaneet omat ehtonsa viestintäpoliittisille ratkaisuille.

TELEVISION SUOMALAINEN MALLI

Noin 35 vuoden ajan Suomi sovelsi televisiotoiminnassaan poikkeuksellista yleisradiomallia, joka sulautti valtiollisen (julkisen) ja yksityisen (kaupallisen) toiminnan yhteisesti jaettuun kanavajärjestelmään. Valtiollinen Yleisradio omisti lähetysverkon ja valvoi valtakunnallisia televisiolähetyksiä, mutta sen apuna toimi yksityisesti omistettu MTV. Yhtiöt eivät kilpailleet samoista rahalähteistä, koska Yleisradiolla oli yksinoikeus katsojien maksamiin lupamaksuihin, MTV:llä taas yksinoikeus myydä

mainosaikaa televisioon. Omaa kanavaa vuokralaisella ei ollut, vaan se osti lähetysaikaa Yleisradion kanavilta muodostaen keskimäärin viidenneksen niiden ohjelmistosta. Lukuunottamatta TES-TV:n/Tesvision lyhyeksi jäänyttä kautta 1956–1964 Yleisradion ja MTV:n muodostama akseli oli rikkumaton, ja sitä pidettiin pääpiirteissään onnistuneena televisiotoiminnan järjestelynä Suomen pienillä markkinoilla.

Toisin kuin useimmissa Euroopan maissa Suomessa kaupallinen televisio oli alun alkaen osa televisiotoimintaa, eikä sitä siten pidetty valtiollisen televisiotoiminnan vihollisena. Pikemminkin sitä kunnioitettiin sen yhtenä rahoituslähteenä – tai ainakin siedettiin sellaisena. YLE ja MTV olivat etuoikeutettuja ”uskottuja miehiä”, jotka oli valtuutettu suorittamaan yhteiskunnan niille osoittamaa viestintätehtävää ja joita aktiivisesti suojeltiin ulkopuoliselta kilpailulta. Toisin kuin monissa muissa Euroopan maissa Suomessa valtiollisella Yleisradiolla ei ollut lailla määrättyä monopolia, vaan meillä oli periaatteessa mahdollisuus harkita toimilupien myöntämistä muillekin. Vaikka kahden yhtiön toimintaa voidaan kuvata duopoliksi tai ”kaksoismonopoliksi”,[32] lienee täsmällisempää sanoa, että Yleisradiolla oli *de facto* monopoli toimilupaan, kun taas MTV:llä oli vain yksinoikeus avustaa YLEä ohjelmiston rakentamisessa ja rahoittamisessa. Vaikka MTV mielellään korosti omaa itsenäisyyttään, Yleisradiossa kumppania nimitettiin vielä 1980-luvullakin mieluusti ”apuyhtiöksi” tai ”rahoittaja- ja ohjelmayhtiöksi”.

Yhtiöiden keskinäistä sidosta korosti se, että Yleisradion parlamentaarisesti valittu hallintoneuvosto valvoi molempien toimia. Myös Mainos-TV:n ohjelmisto oli alistettu yhteiseen ohjelmakoordinaatioon. Se tarkoitti sitä, että ohjelmistoa koskevat kausisuunnitelmat hyväksyi hallintoneuvoston nimeämä television ohjelmaneuvosto ja päivittäistasolla Yleisradion ohjelmapäällikkö. Mainos-TV:n tuli myös noudattaa Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstöä (OTS). Yhtiöiden välisistä suhteista määräsi määräajoin uusittava perussopimus, joka muun muassa määritteli ohjelmiston ja mainonnan periaatteet – esimerkiksi kielsi MTV:ltä uutistoiminnan vuoteen 1981 saakka. Perussopi-



Syvästi kaivaten toteamme, että ystävämme, yksinäinen yrittäjä, dipl.pioneeri

TES VISIO

uupui vaikean taudin, rahaleukemian, sairastettuaan kesken raskaan työnsä kanavalla 3 kanavanvartijoiden syliin 24. 1. 1964.

Omaisten toivomuksen mukaan hautaus toimitettiin hiljaisuudessa ja vainaja laskettiin Valtion television helmaan 27. 1. 1964.

”Kas, kaunista on sovinto
veljesten keskuudessa,
yksimielisyys ja suosio
myös onnen vaihdellessa.
Kun vallita saa rakkaus,
on meillä Herran siunaus
ja rauha majoissamme.”

Virsi 438

Ystävät ja työtoverit

Kun Tesvisio oli tammikuussa 1964 myyty Yleisradiolle, yhtiön työntekijät ja ystävät laativat kuolinilmoituksen, jossa ”yksinäisen yrittäjän” ja ”dipl. pioneerin” kuvattiin menehtyneen ”kesken työnsä”. Kuva: YLE Valokuva-arkisto

musta täydensi vuosittainen hinta- ja ohjelma-aikasopimus, jossa vahvistettiin paitsi vuokrattavan lähetysajan määrä myös siitä maksettava hinta. Yhtenäisjärjestelmä merkitsi myös yhtiöiden välistä työnjakoa, jossa Yleisradio pääsääntöisesti vastasi perinteisistä "julkisen palvelun" velvoitteista uutisineen sekä asia- ja kulttuuriohjelmineen, kun taas MTV:lle jäi kaupalliselle televisiolle tyypillisiä viihdytystehtäviä.

Suomalainen televisiojärjestelmä oli siten *sekajärjestelmä yhtenäisjärjestelmän puvussa*. Tulonhankinnassaan se yhdisti lupamaksutulot ja mainostulot sekä ohjelmistossaan paternalistisen julkisen palvelun ja katsojia houkuttelevan kaupallisen tarjonnan. Suomalainen erityispiirre oli kahden eri periaattein toimivan yhtiön keskenään jakama kanavajärjestelmä, jollaista ei muualla ole ollut. Vaikka yhtiöt kilpailivatkin katsojista, ohjelmaideoista ja ohjelmantekijöistä, ne olivat pohjimmiltaan enemmän kumppaneita kuin kilpailijoita. Kumpikin halusi säilyttää erikoisasemansa ja pitää kilpailijat poissa televisiotoiminnasta. Yhtiöiden keskinäistä riippuvuutta onkin kutsuttu paitsi "strategiseksi liittosuhteeksi" myös "symbioosiksi".[33] Eurooppalaisia yleisradiojärjestelmiä analysoinut Eli Noam on huomauttanut, että "Suomen kilpailevat yleisradioyhtiöt – – ovat oppineet tekemään yhteistyötä jopa liian hyvin".[34]

Kolmostelevision perustaminen 1985 on nähtävä yllä kuvattua taustaa vasten. Se oli yhtiöiden yhteinen yritys valvoa yhteisiä etujaan. MTV:n noin 20 viikoittaisen ohjelmatunnin yhteyteen oli mahdollista myydä vain rajallinen määrä mainoksia, mistä oli haittaa molemmille yhtiöille. Raha ajoi niitä yhteisen neuvottelupöydän ääreen. Kolmas televisiokanava näyttäytyi ratkaisuna, jolla Yleisradio ja MTV arvelivat voivansa sekä ratkaista yleisradiojärjestelmän taloudelliset ongelmat että vastata videon sekä kaapeli- ja satelliittikanavien kilpailuhaasteeseen. Perustaminen ajoittui erityiseen "suojasään" vaiheeseen, jota kesti 1980-luvun alkupuoliskolta vuoden 1993 kanavauudistukseen saakka. Sen jälkeen yhtiöiden välille vakiintui kumppanuuden sijasta kilpailusuhde.[35]

VIESTINTÄPOLITIIKAN PERINNE

Sähköisen viestinnän ja erityisesti yleisradiotoiminnan säätelyssä on olemassa myös kansalliset perinteensä. Suomen demokraattis-korporatistiselle viestintäjärjestelmälle on tyypillistä, että yleisradiopolitiikka on ollut poliittisten pyrkimysten kohde ja poliittinen taisteluareena. Jokainen viestintäpoliittinen laki, asetus tai komiteamietintö, jokainen viestintäpoliittinen kannanotto julkisuudessa ja joskus kulissien takanakin, jokainen Yleisradion rahoitusta tai televisiomaksun suuruutta koskeva päätös on osa tätä kansallista viestintäpoliittista kamppailua.

Ismo Silvo tutki väitöskirjassaan *Valta, kenttä ja kertomus* television asemaa kos-

keneita ohjelma- ja viestintäpoliittisia dokumentteja ja keskusteluja 1950-luvulta 1980-luvulle. Viestintäpoliittista keskustelua käydään poliittisessa julkisuudessa, ts. puolueissa, eduskunnassa, valtioneuvostossa, komiteoissa, lehdistössä sekä toimialan järjestöissä ja yritysten hallinnossa. Yhden tarkastelutason muodostavat Silvolla viestintäpolitiikkaa *sääntelevät* tulkinnat, jollaisia ovat esimerkiksi lait, asetukset ja hallinnon päätökset. Toista tasoa edustavat *neuvoa-antavat* tulkinnat, jollaisia ovat esimerkiksi puolueiden viestintäpoliittiset ohjelmat, hallinnon kannanotot ja poliitikkojen lausunnot. Kolmanneksi viestintäpoliittisessa keskustelussa kuullaan myös *puolustavia* tulkintoja, joita esittävät esimerkiksi yleisradiotoimijat itse tai heidän järjestönsä.[36] Silvo jakaa viestintäpoliittisen kentän merkitysrakenteet kolmeen vaiheeseen:[37]

1. monopolisoivalla kaudella (1955–1965) keskustelu keskittyi paljolti kysymykseen siitä, pitäisikö Yleisradion saada yksinoikeus myös televisiotoiminnassa vai ei. Jakson kuluessa onnistuttiin luomaan Yleisradion ja Mainos-TV:n monopolit, jotka muodostivat suomalaisen televisiotoiminnan perustan 1990-luvulle asti. Pyrkimys kentän monopolisointiin huipentui vuoden 1964 Tesvisio-kauppaan. Sen ohella monopolisoivan kauden toinen merkittävä keskustelunherättäjä oli Wäinö Häkkisen johtaman yleisradiolainsäädäntökomitean työ (1954–1960) ja sitä seurannut lainsäädäntöprosessi. Tärkeitä viestintäpoliittisia avauksia tehtiin myös televisiotoiminnan käynnistämisen yhteydessä, jolloin jouduttiin pohtimaan niin rakenteellisia kuin rahoitukseen ja sisältöönkin liittyviä kysymyksiä.
2. politisoivalla kaudella (1965–1975) käytiin jatkuvaa kiihkeää keskustelua yleisradiotoiminnan asemasta ja organisoinnista suomalaisessa yhteiskunnassa. Nyt kyseenalaiseksi nousi Mainos-TV:n olemassaolo. Yhden sytykkeen ”informaatiosodalle” antoi Yleisradion pääjohtajaksi 1965 nimitetyn Eino S. Revon mukaan nimensä saanut ns. Reporadio ja sen akateemisesti virittyneet radikaalit uudistuspyrkimykset. Yleisradiopoliittinen keskustelu kiertyi paljolti kolmen komitean, radiolainsäädännön uusimistoimikunnan (1971), Osmo A. Wiion ns. yhden miehen toimikunnan (1973) ja viestintäpoliittisen komitean (1971–1974), työn ympärille.
3. ratkaisuja hakevalla kaudella (1980–1985) kansallinen yleisradiotoiminta alkoi etsiä vastauksia haasteisiin, joita viestintätekniikan kehitys ja sen aikaansaama kulttuurinen muutos toivat mukanaan. Suurten perusratkaisujen sijasta alettiin tehdä pienempiä osaratkaisuja, joilla ratkottiin esimerkiksi kaapelitelevision, paikallisradion tai vaikkapa MTV:n uutisten oikeutusta. Merkitysten keskeisenä määrittäjänä toimi tässä vaiheessa kansliapäällikkö Juhani Perttusen johtama radio- ja televisiokomitea (1979–1984), joka laati useita mietintöjä ja otti kantaa sähköisen viestinnän lukuisiin erilliskysymyksiin.

Silvon tarkastelu päättyy 1980-luvun puoliväliin, mutta on hyvä syy väittää, että ratkaisuja hakeva kausi jatkui aina 1990-luvun puoliväliin. Kolmostelevision perustamista vuonna 1985 nimittäin seurasi Yleisradion ja MTV:n aiesopimus vuonna 1989 sekä vuoden 1993 kanavauudistus, jossa vallinnut yleisradiojärjestelmä vielä kerran sementoitiin myöntämällä MTV:lle oma toimilupa ja korostamalla Yleisradion erityisasemaa antamalla sitä koskeva erillinen laki. Nämä kaikki toimet perustuivat vielä ratkaisumalliin, jossa hillittiin kilpailua ja yritettiin turvata olemassa olevien toimijoiden monopolit.[38]

Tuoreimman viestintäpoliittisen kauden – kutsuttakoon sitä *kilpailun kaudeksi* – ajoittaisin alkavaksi vuodesta 1995. Suomen elokuvasäätiön toimitusjohtajan Jouni Mykkäsen liikenneministeriölle silloin laatimassa selvityksessä hahmoteltiin uutta "viestintäpoliittista tasapainoa", jossa "yhtäältä pidetään huolta julkisen palvelun Yleisradio-yhtiön selviytymisestä omista lakisääteisistä tehtävistään ja toisaalta sallitaan kaupalliselle puolelle uusia toimilupia". Säätelyn kehitystä selvitysmies hahmotteli näin:

> Valtiovallan rooli sääntelijänä, regulaattorina, muuttaa muotoaan. Kontrolliluonteisen tehtävän sijaan tulee yhä enemmän positiivinen regulaatio, myönteinen vaikuttaminen ohjelmien tuotantorakenteisiin. Valtiovalta huolehtii yleisten journalististen ja taiteellisten arvopäämäärien mukaisen ohjelmatuotannon ja jakelun edellytyksistä.[39]

Viestintäpalveluiden moninaistuessa kilpailulainsäädännön asema korostuu ja säätely painottuu Mykkäsen selvityksessä "monopolien torjuntaan". Selvitysmies suosittelikin, että Suomen vapauttaessa viestintäpolitiikkaansa ohjelmiston yksityiskohtaisen säätelyn sijasta tulisi arvioida toimiluvan hakijan valmiudet pitkäjänteiseen toimintaan. Tavoitteeksi Mykkänen asetti myös sen, että toimilupapolitiikan avulla voitaisiin "luoda erilaisia vaihtoehtoja", millä hän viittasi ohjelmasisältöihin ja kanavakonsepteihin.[40]

Mykkäsen linjauksista muodostui asteittain yleisradiotoimintaa koskevan viestintäpolitiikan uusi paradigma,[41] joka kirjattiin lakiin televisio- ja radiotoiminnasta ja viestintämarkkinalakiin sekä niiden valmisteluasiakirjoihin.[42] Toimiluvat myöntää vanhaan tapaan valtioneuvosto liikenne- ja viestintäministeriön esityksestä, ja toimilupia myönnettäessä on pyrittävä ensisijaisesti "edistämään sananvapautta ja turvaamaan ohjelmistotarjonnan monipuolisuus sekä yleisön erityisryhmien tarpeet". Käytännössä päätökset tehdään "kauneuskilpailun" perusteella, jossa ratkaisevaa ei ole hakijan ohjelmatarjonta vaan luotettavuus ja taloudelliset voimavarat. Samalla toimilupaviranomaisen on kuitenkin otettava huomioon se, ettei viestintä keskity sananvapautta vaarantavalla tavalla.[43]

Kuten Johanna Jääsaari huomauttaa, uusi paradigma on johtanut ensinnäkin siihen, että säätelyn tasolla on tapahtunut *voimasuhteiden muutos yksityisten liiketoimintaetujen hyväksi*. Toiseksi viestintäpoliittisen ajattelun tasolla ratkaisut perustuvat yhä useammin *markkinoiden sääntöihin ja vaatimuksiin*. Kolmanneksi viestinnän toimintaympäristöä ei enää pidetä kansallisena vaan kansainvälisenä, eikä *valtiovallan enää odoteta juurikaan ohjaavan markkinoiden toiminta*a, vaan poistavan esteitä niiden tieltä. Yhdessä kehityskulku on tarkoittanut *yleisradiotoiminnan markkinoitumista* ja *yleisradiopolitiikan liberalisoitumista*.[44] Samalla viestintäpolitiikkaa aiemmin luonnehtinut kansallinen konsensus on hajonnut.[45]

Tässä hahmotettua viestintäpolitiikan pitkän aikavälin kehitystä tukee osaltaan myös sosiologi Pertti Alasuutarin analyysi. Hän jakaa sodanjälkeisen historiamme kolmeen kauteen: *moraalitalouden*, *suunnittelutalouden* ja *kilpailutalouden* vaiheeseen. Ensimmäinen vaihe kesti Alasuutarin mukaan 1960-luvulle asti, ja sen yhteiskunnallisille keskusteluille oli ominaista vetoaminen aatteellis-moraalisiin periaatteisiin. Siirtymä suunnittelutalouteen tapahtui 1960-luvulla, jolloin moraaliset periaatteet muunnettiin hyvinvointivaltiollisiksi mekanismeiksi, jotka edellyttivät korporatiivista yhteistyötä eri puolueiden ja muiden osapuolten kesken. Kilpailutalouteen siirtymän merkit Alasuutari näkee 1980-luvun keskusteluissa, joissa korostuvat valinnan ja kilpailuttamisen mahdollisuudet. Samalla aiemmat protektionistiset rakenteet asetettiin kyseenalaisiksi ja kansalaisesta tuli yhä useammin kuluttaja, maksava asiakas.[46] Sähköisessä viestintäjärjestelmässä muutos kohti kilpailutaloutta ja valtion kaventuvaa roolia alkoi Alasuutarin mukaan 1980-luvun puolivälissä paikallisradioiden ja Kolmostelevision myötä, mutta kehitys kiihtyi 1990-luvun puolivälistä alkaen.[47]

Vaikka kirjan varsinaisena kohteena onkin Kolmostelevision synty ja toiminta, punaisena lankana kulkee koko ajan mukana Suomen viestintäjärjestelmän muutos. Yleisradion yhdessä MTV:n ja Nokian kanssa perustama tv-kanava tarjoaa kiintopisteen, jonka kautta tarkastelen yleisradiotoiminnan suomalaisen mallin liberalisoitumista. Viestinnän kentän markkinoituminen on edellyttänyt myös sitä koskevan viestintäpolitiikan vähittäistä mukautumista markkinoitumisen vaatimuksiin. Silvon hahmottamien viestintäpolitiikan kehityskausien kautta tarkastelen seuraavassa luvussa televisiota koskevan viestintäpolitiikan kehitystä 1950-luvulta alkaen. Yritän samalla ottaa huomioon sekä suomalaisen viestintäjärjestelmän korporatistisen luonteen että markkinoiden pienen koon.

NELJÄ PERUSSTRATEGIAA

Suomessa näyttää vallinneen demokraattis-korporatistinen viestintäjärjestelmä, jonka keskeisiä elementtejä ovat olleet yhtäältä *kehittyneet mediamarkkinat* mutta samalla *valtion aktiivinen viestintäpoliittinen rooli* sekä toisaalta poliittisen ohjauksen perinne mutta samalla pitkälle viety journalistinen professionalismi ja *median itsesäätely*. Viestintäjärjestelmän toimintaa ehdollistavat lisäksi *maan pieni koko* ja *kielellinen omalaatuisuus*. Yhdessä ne muodostaa rakenteen, joka asettaa omat ehtonsa maassa omaksutuille viestintäpoliittisille strategioille ja tehdyille ratkaisuille. Seuraavassa yritän avata suomalaisen yleisradiopolitiikan neljää perusstrategiaa – *rakennekeskeisyyttä*, *pragmaattisuutta*, *kompromissihakuisuutta* ja *protektionismia* – tästä näkökulmasta.

RAKENNEPOLITIIKKA JA KYSYMYS MONOPOLISTA

Kuten edellä on esitetty, Suomen sähköistä viestintää suojeltiin kilpailulta 1990-luvulle asti. Yleisradion yksinoikeus kesti radiolähetyksissä vuoteen 1985 ja televisiotoiminnassa (TES-TV:n/Tesvision muodostamaa poikkeusta lukuunottamatta) vuoteen 1993 saakka. Sähköinen viestintä oli protektoraatti, jossa vallinneelle monopolille oli sekä tekniset, kulttuuriset että kaupalliset perusteet. Tekninen syy oli se, että radiotaajuuksia oli tarjolla vain rajallisesti, ja ne oli päätetty varata Yleisradion hallintaan. Kulttuurinen syy liittyi kansallisen kulttuurin puolustukseen ja esimerkiksi pyrkimykseen hillitä sähköisen viestinnän haittavaikutuksia. Kaupallisena perusteluna Yleisradion yksinoikeudelle mainittiin yleensä maan vähäinen

väestöpohja ja markkinoiden rajallisuus. Kilpailu olisi hajottanut vähäisiä voimavaroja, eikä kysyntää olisi riittänyt useille kilpailijoille.

Ismo Silvo onkin kutsunut Suomen viestintäpoliittista keskustelua pitkään hallinnutta teemaa "julkisen vastuun viestintäpolitiikaksi". Sen keskeiset tulkinnat ovat koskeneet televisiojärjestelmän "rakenteellisia suhteita ja niiden hallintaa" sekä ohjelmatuotannon makrorakennetta, kun taas esimerkiksi viestinnän sisältöön liittyvät kysymykset ovat jääneet toissijaisiksi.[48] Tätä painotusta kutsun *rakennepolitiikan korostamiseksi*. *Kysymys monopolista* hallitsi suomalaista yleisradiokeskustelua 1990-luvulle asti. Kysymys oli siitä, millaisissa rakenteellisissa puitteissa yleisradiotoimintaa harjoitetaan, keskitetyn vai hajautetun järjestelmän puitteissa. Tätä televisiotoiminnan makrorakennetta koskevaa kiistaa myös Silvo pitää välineen alkuvaiheen viestintäpoliittisten keskustelujen ydinkysymyksenä, minkä tähden hän puhuukin viestintäpolitiikan "monopolisoivasta kaudesta".[49] Sittemmin, 1980-luvulla, puhuttiin mieluummin "yhtenäisjärjestelmästä" kuin monopolista, mutta silläkin tarkoitettiin lopulta sitä, että kaiken yleisradiotoiminnan tulisi säilyä Yleisradion toimiluvan alaisena. 1990-luvulta alkaen rakennepolitiikka on keskittynyt turvaamaan vahvaa kansallista yleisradiotoimialaa, joka on perustunut toimilupapolitiikalla turvattuun julkisen ja kaupallisen sektorin rinnakkaiseloon.

Yksinoikeus vai kilpailu? – Monopolikeskustelu on ollut sikäli erikoinen ilmiö, ettei meillä koskaan ole ollut lainsäädäntöön kirjattua yleisradiomonopolia. Meillä säilyi voimassa peräti seitsemän vuosikymmenen ajan 1927 säädetty radiolaitelaki, jonka mukaan sekä radiolaitteiden rakentaminen että käyttäminen oli luvanvaraista.[50] Periaatteessa toimilupia olisi voitu myöntää kenelle tahansa, mutta vuodesta 1935 alkaen valtioneuvosto oli katsonut tarkoituksenmukaiseksi pitää sen Yleisradion yksinoikeutena[51] – kunnes sitten monopolin rikkoi Tekniikan Edistämissäätiö (TES), jonka Televisiokerhon säännölliset lähetykset Helsingissä oli käynnistetty maaliskuussa 1956. Ensimmäisen toimilupansa TES sai toukokuussa 1956 Posti- ja lennätinhallitukselta (PLH) ilman mitään laajempaa keskustelua. Ensimmäinen toimilupa oli puhtaasti tekninen. Ohjelmien sisältöä, laatua tai ohjelmatoiminnan valvontaa koskevat ehdot saatiin vasta valtioneuvoston joulukuussa 1963 myöntämään neljänteen toimilupaan.[52]

Miksi monopolista, jota oli pidetty niin tärkeänä, yhtäkkiä luovuttiin? Yksi selitys on, että Televisiokerhon puuhia pidettiin tutkimus- ja opetustarkoituksia palvelevina. Varsinaiseksi yleisradiotoiminnaksi se laajeni vasta, kun kerho muuttui ensin TES-TV:ksi 1957 ja kun Tesvisio perustettiin sen ohjelmayhtiöksi 1959. Toimiluvan myöntämisen toinen selitys on kulkulaitosministeriön ja PLH:n rakennepoliittinen linjaerimielisyys. Jo lokakuussa 1959 kulkulaitosministeriö oli kieltänyt PLH:ta jatkamasta TES:n toimilupaa ennen uuden radiolainsäädännön valmistumista, mutta

kun hallituksen lakiesitys raukesi helmikuussa 1962 eduskunnan hajottamiseen ns. noottikriisin johdosta, ei kulunut kuin kaksi päivää, kun TES kiirehti jo anomaan pidennystä lupakauteensa. PLH:n pääjohtaja Simbri J. Ahola myönsi uuden, vuoden 1968 loppuun asti ulottuvan toimiluvan vielä samana päivänä. Pääjohtajan menettelyä syytettiin eduskunnassa ja julkisuudessa omavaltaiseksi.[53]

Monopolikysymyksen vaikeudesta kertoo se, että uutta yleisradiolakia pohtimaan asetettu hallitusneuvos Wäinö Häkkisen johtama komitea joutui pohtimaan asiaa peräti lähes kuusi vuotta löytämättä yksimielisyyttä. Kun se jätti mietintönsä joulun alla 1959, televisiotoiminnassa kilpailtiin jo täyttä häkää, Suomen Television ohjelmisto oli muuttunut jokailtaiseksi ja TES-TV:kin lähetti ohjelmia kolmena iltana viikossa. Enemmistö päätyi esittämään, että yleisradiotoimintaa voisi koko maan alueella harjoittaa ainoastaan valtakunnallinen yritys, jossa valtiolla on määräysvalta. Kuitenkin paikallisesti voitaisiin myöntää valtakunnallista toimintaa täydentäviä toimilupia "yleishyödylliselle järjestölle, laitokselle tai muulle vastaavalle yhteisölle, jolla ei ole puoluepoliittisia tavoitteita". Komitean mielestä TES-TV oli juuri tarkoitetun kaltainen paikallisyritys.[54] Komitea oli siten valmis sallimaan Yleisradion rinnalle muita toimijoita, joille kuitenkin tulisi asettaa ohjelmiston laatua koskevia ehtoja sekä valvontaa koskevia määräyksiä. Komitean kirjaamissa näkemyksissä ilmenivät selvästi ideologisesti jakautuneet rakennepoliittiset asetelmat. Monopolin puolustajat pelkäsivät, että mainoksilla rahoitettu kilpailu johtaisi ohjelmien tason laskuun ja palvelisi vain suurimpia kaupunkeja. Monopolin puolesta puhui sekin, ettei radiotaajuuksia riittäisi kaikille halukkaille. Monopolin vastustajat taas pitivät Yleisradion yksinoikeutta perustuslain sananvapausperiaatteen vastaisena. He katsoivat, että kilpailu nimenomaan parantaisi ohjelmien laatua ja teknistä tasoa.[55]

Maalaisliittolaisen kulkulaitosministerin Arvo Korsimon johdolla hallitus päätyi radiolakiesityksessään kuitenkin monopolin, siis komitean vähemmistön, kannalle. Esityksen mukaan yleisradiotoimintaa saisi harjoittaa vain Yleisradio yhdessä Mainos-TV:n kanssa, kun taas TES:lle myönnetty lupa lakkaisi kuuden kuukauden kuluttua lain voimaantulosta.[56] Se johti kilpaileviin lakialoitteisiin eduskunnassa ja kiivaaseen lehdistödebattiin, jossa kansalaismielipide näyttää olleen monopolia vastaan.[57] Valiokuntakäsittelyssä lakiesitys lievenikin sen verran, että Tesvision olisi annettu jatkaa toimilupakautensa loppuun vuonna 1963.[58] Jos eduskunta olisi saanut istua normaaliajan, laki olisi todennäköisesti hyväksytty.[59]

Vaikka lakisääteistä monopolia Suomeen ei saatu, lyhyt kilpailun aikakausi suomalaisessa televisiohistoriassa oli päättymässä aivan muista syistä. Tesvisio oli jäänyt kolmen suuren kaupungin, Helsingin, Turun ja Tampereen,[60] varhaiseksi "city-kanavaksi" eikä pystynyt kilpailemaan valtakunnalliseksi kasvavan Suomen Television kanssa ohjelmistosta ja yleisöstä eikä Mainos-TV:n kanssa mainostuloista.

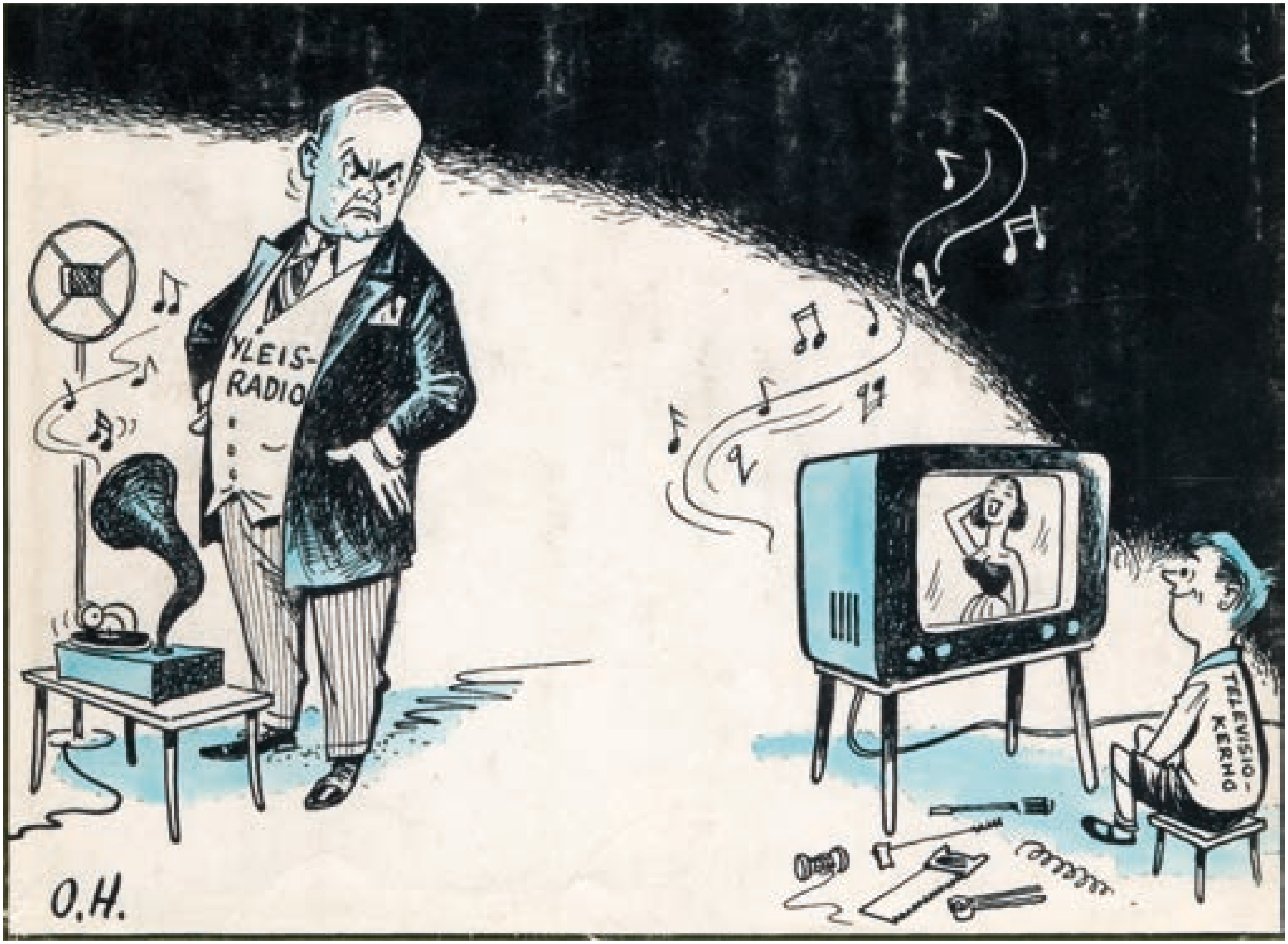
Taloudelliseen umpikujaan ajautuneen Tesvision hallitus kävi nopeat neuvottelut Yleisradion kanssa, ja tammikuussa 1964 yhtiöt ilmoittivat Yleisradion ostavan Oy Tesvisio Ab:n ja Oy Tamvision Tuki Ab:n koko osakekannan. Julkisuuteen ratkaisua markkinoitiin mainostoimiston laatimien askelmerkkien mukaisesti vakuuttamalla, että "kahden kanavan kilpailu säilyy", mutta vähän myöhemmin yhtiöt fuusioitiin Yleisradioon ja sijoitettiin Tampereelle. Seuraavana talvena "Tesvisio"-nimen kuvaruudussa korvasi "TV-ohjelma 2" Suomen Television samalla muuttuessa TV1:ksi. Yleisradio oli näin Tesvisio-kaupoillaan luonut pohjan toiselle kanavalleen.[61]

Yhtä suunnittelemattomasti kuin yleisradiomonopoli oli rikottu 1956, se myös palautettiin vuonna 1965. Suomen yleisradiojärjestelmässä oli päädytty taas yhden lähetysluvan malliin. Raha toimi tässä rakennepoliittisena ratkaisijana. Kauppahintaa, 6,5 miljoonaa silloista markkaa, nykyrahassa runsaat 11 miljoonaa euroa, pidettiin aikoinaan suurena. Se oli kuitenkin monopolin takaisinsaamisen hinta. Sääntelemättömän kilpailun aikakausi oli ohi; sen sijaan alkoi takkuilevan duopolin aikakausi Mainos-TV:n rinnalla.

TES-TV:n käynnistäminen oli ollut Yleisradiolle ilmeisen traumaattinen kokemus. Jo ensimmäisistä "näköradiotoiminnan" käynnistämistä koskevista tunnusteluista alkaen yhtiön edustajat olivat pitäneet myös sitä yksinoikeutenaan.[62] Niinpä kun Yleisradio kaksi vuotta "teekkari-TV:n" perässä itse lähti kehittämään Suomen Televisiotaan yhdessä Mainos-TV:n kanssa, se laajensi pontevasti sekä ohjelmistoaan että näkyvyysaluettaan taltuttaakseen ei-toivotun kilpailijansa. Mutta jos monopolin puolustajien oli ollut vaikea hyväksyä Tesvision olemassaoloa, ei heidän suhteensa Mainos-TV:hen ollut yhtään helpompi. Siksi MTV joutui kamppailemaan asemansa puolesta aina siihen saakka, kunnes se 1993 sai oman toimiluvan.[63]

Myöntyessään televisiotoimintaan joulukuussa 1956 Yleisradion hallintoneuvosto hyväksyi osittaisen mainosrahoituksen keinoksi torjua lupamaksuihin kohdistuva paine. Mainosrahoituksen hankkiminen ulkoistettiin Oy Mainos-TV-Reklam Ab:hen, jonka Suomen Ilmoittajat, Mainostoimistojen Liitto ja Suomen Filminvalmistajien Liitto perustivat huhtikuussa 1957. Yhtiöiden ensimmäinen perussopimus hyväksyttiin juhannuksen jälkeen. Sen mukaan Yleisradio myisi yksinoikeudella lähetysaikaa Mainos-TV:lle, jonka puolestaan oli määrä vastata mainosohjelmista. Koelähetykset käynnistyivät elokuussa 1957, ja vuoden 1958 alusta lukien alkoivat säännölliset lähetykset viitenä iltana viikossa. Päivittäiseksi ohjelmatoiminta muuttui syksyllä 1959.[64]

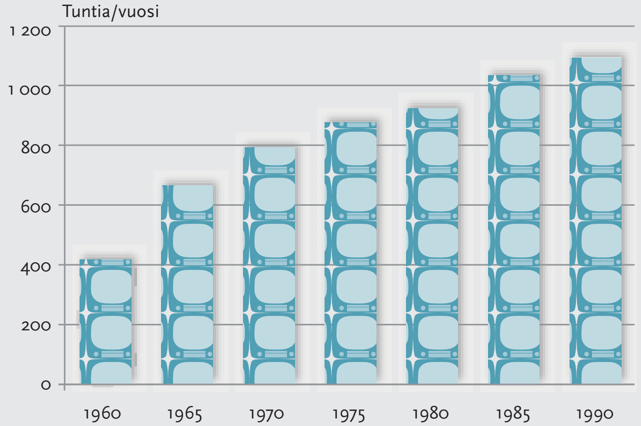
Vaikka Mainos-TV:stä vuosien mittaan kasvoikin valtiollisen yleisradioyhtiön haastaja, sen asema oli ristiriitainen: se joutui toimimaan Yleisradion tiukassa valvonnassa, Yleisradiolle myönnetyn toimiluvan turvin, Yleisradion omistamalla kanavalla ja Yleisradion ohjelmien lomassa. Se ei muodollisesti siten sotinut vuokraisäntänsä monopolipyrkimyksiä vastaan, vaan tarjosi yhtenäisjärjestelmään pe-



Uuden Suomen pilapiirtäjä O.H. eli Olavi Hurmerinta kuvasi 27.5.1955 julkaistussa piirroksessaan teekkarien televisiokerholle mustasukkaista Yleisradiota, jota ilmensi pääjohtaja Einar Sundströmin karikatyyri.

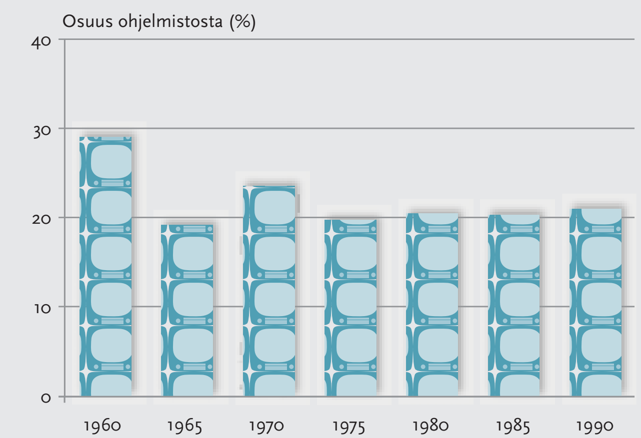
Kuva: Olavi Hurmerinta

Kuvio 1 Mainos-TV:n/MTV:n ohjelmatarjonta Yleisradion kanavilla



Lähde: *Joukkoviestintätilasto* 1989, 152; *Joukkoviestintätilasto* 1993, 137.

Kuvio 1 Mainos-TV:n/MTV:n osuus Suomen Television, TV1:n ja TV:2 tarjonnasta



Lähde: *Joukkoviestintätilasto* 1989, 152; *Joukkoviestintätilasto* 1993, 137.

rustuvan ratkaisumallin. Vaikka Mainos-TV vuokrasi noin neljänneksen Suomen Television ohjelma-ajasta, Yleisradio piti sitä pelkkänä tavarantoimittajana, ei itsenäisenä yleisradioyhtiönä. Se, että erityisasema perustui vain yhtiöiden väliseen sopimukseen, oli Mainos-TV:n kannalta merkittävä epävarmuustekijä. Siihen tuli parannus vuoden 1964 alusta lukien, jolloin Yleisradion toimilupaan lisättiin määräys, jonka mukaan sillä on "televisiotoiminnassaan oikeus käyttää apunaan Oy Mainos-TV-Reklam Ab:tä".[65] Täsmennys ei kuitenkaan ratkaissut sitä, *tarvitsiko* Yleisradio lopulta kumppania. Edes Tesvisio-kauppa ei selkiyttänyt Mainos-TV:n tilannetta, vaan päinvastoin osoitti, että Yleisradio voisi halutessaan ottaa mainonnan kokonaan omiin käsiinsä. Asemansa puolustamiseksi Mainos-TV joutuikin 1964 käynnistämään näkyvän *Älkää pudottako "mainospöllöä"* -kampanjan.[66]

Toisaalta myös Yleisradion suhde apulaiseensa oli syvästi kaksinainen. Se koki Mainos-TV:n monopolinsa uhaksi, vaikka oli Tesvision nujertaakseen sallinut vuokralaisensa ohjelma- ja mainosajan kasvaa niin, että 1964 se muodosti jo kolmanneksen Suomen Television ohjelmatarjonnasta. Yleisradio koki kumppanin leimaavan televisio-ohjelmistoa liiaksi ja estävän sen mielekkään rakentamisen. Niin yhtiössä kuin sen hallintoneuvostossakin oli vahvoja voimia, joiden mielestä Mainos-TV:stä oli päästävä eroon.[67] Mainos-TV:n silloinen toimitusjohtaja Pentti Hanski kuvaakin vuosia 1964–1965 osuvasti MTV:n "vaaran vuosiksi": silloin yhtiön olemassaolo oli ensi kertaa uhattuna sitten sen perustamisen.[68]

Rakenteellinen paradoksi oli, että vaikka Tesvision lyöminen laudalta perustui osin Mainos-TV:n ohjelmien suosioon, Yleisradio ei kilpailijan kadottua enää tarvinnut Mainos-TV:tä yhtä kipeästi kuin siihen asti. Mainos-TV:n ohjelmiston kasvu hidastui ja sen osuus television koko ohjelmatarjonnasta laski viidenneksen tienoille (kuviot 1 ja 2). Televisiolupien määrä jatkoi kuitenkin kasvuaan ja toi lisätuloja Yleisradiolle.

Pöllön anatomia. – Monopolisoivaa kautta seurannut politisoiva kausi kärjisti Yleisradion ja MTV:n suhteita entisestään. Vuoden 1965 alusta Yleisradion pääjohtajaksi valittu Eino S. Repo uudisti esikuntineen radikaalisti yleisradioajattelua, ja asetti tavoitteeksi "informatiivisen ohjelmapolitiikan" ja "kuuntelijoiden ja katselijoiden älyllisen aktivoimisen", jotka toteutuisivat parhaiten, jos toiminnasta vastaisi vain yksi yhteiskunnan valvoma laitos – Yleisradio. Linjaukset kiteytyivät ohjelmatoiminnan säännöstössä ja kolmessa *Yleisradion suunta* -pamfletissa. Suorasukaisin yksittäinen hyökkäys Mainos-TV:tä vastaan oli Yleisradion tutkijoiden vuonna 1968 julkaisema *Pöllön anatomia*, joka syntyi taustamuistioksi Yleisradion toimilupaa koskeneeseen keskusteluun. Vaikka toimilupaan oli vasta neljä vuotta aiemmin tehty täsmennys Mainos-TV:n asemasta avustavana yhtiönä, maininnan tarpeellisuus oli uudelleen kyseenalaistettu. Mainitsematta jättäminen olisi ainakin



Yleisradion uuden informatiivisen ohjelmapolitiikan linjaukset kiteytettiin kolmeen Yleisradion suunta pamflettiin, jotka ilmestyivät 1967–1969. Kirjojen laatimiseen osallistui myös pääjohtaja Eino S. Repo itse.

periaatteessa avannut mahdollisuuden siirtyä Yleisradion täydelliseen yksinoikeuteen televisiotoiminnassa. Yleisradion toimiva johto kannatti pudottamista mutta hallintoneuvoston enemmistö ei. Ratkaisu tapahtui niukasti äänin 11–10.[69]

Vaikka *Pöllön anatomian* kritiikki ei vakuuttanut Yleisradion hallintoneuvostoa, Mainos-TV:tä se järkytti sen verran, että toimitusjohtaja Pentti Hanski ehti suunnitella oman toimilupahakemuksen jättämistä. "Vaaran vuosien" aikana Mainos-TV oppi, että sen oli "pyrittävä lähestymään yhteiskunnan niitä piirejä, jotka eivät tunteneet uutta aikaa omakseen" ja "pyrkiä vaikuttamaan yleiseen mielipiteeseen ja saada se aktiivisesti tukemaan kaupallisen tv-toiminnan jatkumista". Yhtiön legitimiteetin kannalta merkittävää oli, että Tesvision monet aiemmat tukijat olivat siirtyneet MTV:n leiriin.[70] 1970-luvulle tultaessa Yleisradion monopolin puolustajien ja vastustajien rintamalinja tarkentui entisestään vasemmiston ja oikeiston väliseksi "informaatiosodaksi". Myös akateeminen maailma näytti jakautuvan kahtia "nordenstrengiläisiin" ja "wiiolaisiin", joista edelliset kannattivat viestinnän keskittämistä, jälkimmäiset vapauttamista. Osansa kamppailussa näyttelivät myös erilaiset komiteat, joissa tehtiin viestinnän rakennepolitiikkaa urakalla.

Ensimmäisenä asialle ehti varatuomari Jaakko Paavelan toimikunta, jonka mielestä toimilupa valtakunnalliseen yleisradiotoimintaan kuului vain yleishyödylliselle laitokselle, mutta paikalliseen toimintaan lupia voitaisiin myöntää muillekin.

Seuraavaksi ratkaisua radiolakipulmaan haki hallitusneuvos Wäinö Häkkisen johtama toimikunta, joka esitti, että Yleisradiosta tulisi tehdä valtion omistaman osakeyhtiön sijasta julkisoikeudellinen laitos. Mainos-TV:n olemassaolon apuyhtiönä toimikunta hyväksyi realiteettina.[71] Koska ehdotukset eivät johtaneet lainsäädäntöön, liberaalista kansanpuoluetta edustanut liikenneministeri[72] Pekka Tarjanne asetti asiaa pohtimaan epäviralliseksi jääneen ns. yhden miehen toimikunnan. Selvitysmiehenä toimineen professori Osmo A. Wiion mielestä Yleisradion ja Mainos-TV:n valtakunnallinen asema olisi voitu jättää ennalleen, mutta sananvapautta olisi tullut lisätä myöntämällä toimilupia paikallisille yleisradioyrityksille.[73]

Wiion kanssa samanaikaisesti työskenteli valtioneuvoston asettama asiantuntijoista koostunut viestintäpoliittinen komitea.[74] Suomen Sanomalehtimiesten Liiton silloisen puheenjohtajan Jyrki A. Juutin johtama komitea oli erimielinen nimenomaan suhtautumisessaan Yleisradion monopoliin. Enemmistö suositti kaiken sähköisen viestinnän omistuksen, hallinnon ja valvonnan keskittämistä valtiolle, yhteiskunnan demokraattiseen valvontaan. Sekä radio- että televisiotoimintaa varten tulisi rakentaa kolmas valtakunnanverkko alueellisia ja paikallisia tarpeita varten, mutta Mainos-TV voitiin hyväksyä vain Yleisradion rahoitukseen osallistuvana apuyhtiönä.[75] Eriävässä mielipiteessään liberalisoinnin kannattajat ehdottivat kompromissiksi Wiion esittämää mallia, jossa toinen valtakunnallisista kanavista olisi jätetty Yleisradion haltuun, toinen taas rahoitettu mainonnalla. Suoraan ei kuitenkaan ilmaistu, kuka mainoskanavan omistaisi ja mikä olisi Mainos-TV:n asema.[76]

Koska yksimielisyyttä ei löytynyt, vielä neljäskin komitea ehdittiin 1970-luvulla asettaa, kansliapäällikkö Juhani Perttusen johtama radio- ja televisiokomitea, jonka työ valmistui kuitenkin vasta 1980-luvun puolella. Täyteen yhteisymmärrykseen radiolainsäädännöstä ei nytkään päästy. Enemmistö esitti, että yleisradiotoiminnassa olisi paitsi valtakunnallista myös alueellista ja paikallista toimintaa, joihin kaikkiin myönnettäisiin toimilupia. Yleisradion asema sen sijaan perustuisi erikseen säädettävään yleisradiolakiin, jolloin myös sen tehtävät olisivat laajemmat kuin muiden toimijoiden. Valtakunnallisen toimiluvan myöntämiseen ei komitean mielestä ollut vallinneessa tilanteessa tarvetta, minkä johdosta MTV voisi yhä jäädä Yleisradion apuyhtiöksi, jolloin ne sopisivat edelleen keskenään ohjelmatoiminnan periaatteista ja välttäisivät keskinäistä kilpailua.[77] MTV:n uutis- ja ajankohtaistoimintaa koskevista rajoituksista komitea oli sen sijaan valmis luopumaan.[78]

Kiinnostavaa kyllä Perttusen komitea otti kantaa myös kolmannen televisiokanavan rakentamiseen, koska MTV oli tuonut esiin halunsa saada oma kanava:

> Vaikka maahamme käytettävissä olevien taajuuksien puolesta voitaisiin rakentaa kolmas maanpäällinen valtakunnan peittävä televisioverkko, edellyttäisi kolmen televisioverkon lähetysaikojen täyttäminen myös niin laajamittaista ohjelmien tuotanto- ja

> ostotoiminnan lisäystä, että siihen kansakunnan uhraama rahamäärä olisi nykyistä tuntuvasti suurempaa mittaluokkaa. Komitea ei ole katsonut tällaista televisiotoiminnan rakenteellista laajentamista järkeväksi eikä pitänyt sitä sellaisena yleisradiotoiminnan alueena, jolla HM 10 §:n mukaista sananvapautta tehokkaasti ja ensi sijassa voitaisiin lisätä.[79]

Tähän komitean kielteiseen arvioon vetosivat pari vuotta myöhemmin Kolmoskanavan vastustajat, jotka pitivät hanketta paitsi tarpeettomana myös mahdottomana.

Liberalisointi alkaa. – Vaikkei Perttusen komitean työ suoranaisesti johtanut yleisradiolain syntyyn, se hahmotteli ensimmäisenä sen yleisradiotoiminnan rakenteellisen ratkaisun, joka sittemmin toteutui vuoden 1993 yleisradiolaissa ja vuoden 1998 laissa televisio- ja radiotoiminnasta. Komitean kannanotoissa puhalsivat jo liberalisoinnin tuulet, minkä johdosta se edustaa Silvon jaottelussa ratkaisuja etsivän kauden ajattelua. Varsinaisen ensi askeleen liberalisoinnin tiellä muodostivat MTV:n uutiset, jotka tulivat ruutuun syyskuun alussa 1981. Vaikka MTV:n uutisissa oli kyse vain yhdestä 20 minuutin mittaisesta tv-ohjelmasta, ne saivat kokoaan suuremman ominaispainon. Uutiskiista muutti viestintäpolitiikan totuttuja ideologisia rintamalinjoja ja, kuten Jaakko Lyytinen on huomauttanut, "laajeni keskusteluksi koko viestintäpolitiikan linjasta":

> MTV:n uutishankkeesta tuli yksi tärkeimmistä murroskohdista suomalaisen sähköisen median historiassa. Uutisluvasta alkoi viestinnän asteittainen vapautuminen, jonka seurauksena esimerkiksi yksityiset paikallisradiot saivat kokeiluluvat 1985.[80]

MTV:n uutiskysymys koski myös ratkaisevasti Yleisradion asemaa ja – kenties ensi kertaa sitten Tesvision aikakauden – käytännössä kyseenalaisti sen roolin yleisradiotoiminnan itseoikeutettuna yksinäisenä veturina

Jo Yleisradion ja Mainos-TV:n ensimmäinen perussopimus vuodelta 1958 nimenomaisesti kielsi jälkimmäiseltä uutis- ja ajankohtaisohjelmat, poliittiset ohjelmat sekä urheiluohjelmat. Varteenotettavaksi hamuavalle televisioyhtiölle tämä päivänkohtaisten asioiden käsittelyn estävä ns. 24 tunnin sääntö oli rasite. Tyytymättömänä Yleisradion vasemmistolaisina pitämiinsä uutisiin toimitusjohtaja Pentti Hanski oli kaavaillut jo vuonna 1970 TV2:een sijoitettavaa, STT:ltä ostettavaa uutislähetystä.[81] Ajankohtaiskieltoa uhmaavan erikoistoimituksensa Mainos-TV perusti 1973, ja ensimmäisen aloitteen omien uutisten puolesta se teki kesällä 1974. Virallisen ehdotuksensa yhtiö kuitenkin jätti Yleisradion hallintoneuvostolle vasta marraskuussa 1977.[82]

Puolueiden viestintäpoliittiset kannat olivat vähitellen murtumassa. 1970-lopulla SDP:ssä oli alkanut talouspoliittinen kurssinmuutos, joka ymmärsi aiempaa paremmin myös markkinataloutta. Keskustapuolue puolestaan oli jakautunut kahtia Ahti Karjalaisen K-linjaan ja puheenjohtaja Johannes Virolaisen V-linjaan. Lyytisen mukaan puolueen viestintäpolitiikka oli ”yhdistelmä perinteistä liberalismia ja vasemmistohenkistä valtiokeskeisyyttä”. Lopulta juuri keskustapuolueesta tuli MTV:n uutistaistelun vaa'ankieli, jopa siinä määrin, että uutisten kohtalo ratkaistiin sen puoluekokouksessa Turussa kesällä 1980. Äänestyksessä keskustan kenttäväki ilmaisi tukensa vaihtoehtouutisille vastoin puheenjohtajaksi edellisenä päivänä valitun Paavo Väyrysen kantaa. Marraskuussa Yleisradion hallintoneuvosto saattoi myöntää luvan uutisten käynnistämiseen äänten jakautuessa oikeisto–vasemmisto-leirien mukaisesti, äänin 12–9.[83]

Tätä yleisradiopoliittista ratkaisua ei kuitenkaan tehty yksin puoluekokouksessa ja hallintoneuvostossa, vaan lopputulos oli myös MTV:n oman aktiivisen työn tulosta. Uutiskampanjan lähtölaukaus ajoitettiin Mainos-TV:n 20-vuotisjuhlavuoteen 1977, jolloin yhtiö pyrki kohottamaan profiiliaan muun muassa järjestämällä Finlandia-talossa arvovaltaisen juhlakonsertin ja perustamalla Suomen Kulttuurirahaston yhteyteen oman rahastonsa. Lobbauskampanja ulottui kaikkiin puolueisiin, myös uutisten vastustajiin. Kärkipoliitikkojen kanssa käytiin pääasiassa kahdenvälisiä keskusteluja, kansan puoleen taas käännyttiin lehtikirjoitusten ja maaseudulla järjestettyjen MTV-iltojen avulla. Puolueiden käännytyksissä käytettiin hyväksi myös niiden lehdille suunnattua ilmoitustukea. Oikeiston puolella Mainos-TV:n suurin huoli liittyi siihen, ettei suomalainen elinkeinoelämä sittenkään ollut yksiselitteisesti sen tukena. Esimerkiksi Elinkeinoelämän Valtuuskunta (EVA) oli moittinut yhtiötä siitä, ettei sen toiminta palvellut elinkeinoelämän yhteiskuntapoliittisia intressejä, ja kokenut pikemminkin kaapelitelevision keinoksi murtaa Yleisradion monopoli.[84]

Kaapelitelevisio olikin 1970-luvun viestintäpoliittisissa keskusteluissa saanut vahvan poliittisen latauksen, vaikka sitä ei oikeasti Suomessa vielä edes ollut. Johtoverkkoja käytettiin siinä vaiheessa vasta yhteisantennijärjestelmissä yksinomaan tavanomaisten yleisradiolähetysten välittämiseen. Vuonna 1972 Pietarsaaressa aloitettiin Ruotsin television ohjelmien välittäminen kaapeliteitse, ja 1973 oli Helsingissä perustettu Helsingin Kaapelitelevisio Oy, joka aloitti 1975 ensin TV1:n ja TV2:n ohjelmien välittämisen mutta syksyllä 1978 myös omat paikallislähetyksensä, muun muassa paikallisuutiset, joita Jarmo Viljakainen on provosoivasti kutsunut ”ensimmäisiksi 'vapaiksi uutisiksi' sitten Tesvision”.[85] Käytännössä juuri kaapelitelevisio ehti ensimmäisenä uhmaamaan Yleisradion yksinoikeutta sähköisessä viestinnässä.

Kaapelitelevisiotoiminnan leviäminen tapahtui Suomessa hitaasti – siitäkin huolimatta, ettei mitään lainsäädännöllisiä esteitä sille ollut. Radiolaitelaki ei ulot-

tunut kaapeliteitse tapahtuvaan välitykseen. Häkkisen toimikunta ja Juutin komitea olivat esittäneet, että kaapelilähetykset tulisi jättää Yleisradion yksinoikeudeksi, kun taas Wiio oli ehdottanut, ettei kaapeliohjelmien välittämiseen tarvittaisi lupaa lainkaan.[86] Seuraavan vakavan yrityksen kaapelitelevisiotoiminnan saattamiseksi lain piiriin teki Perttusen komitea vuonna 1981, mutta siinä vaiheessa niin virkamiehet kuin lainsäätäjätkin olivat jo tapahtuneen tosiasian edessä: Helsinki Televisio lähetti ilmaisella Helsinki-kanavallaan paikallisuutisia, ja esimerkiksi jääkiekko-otteluita. Yhtiön vuonna 1978 käynnistämä maksullinen Viihdekanava, Euroopan ensimmäinen lajissaan, taas tarjosi ulkomaisia elokuvia ja sarjafilmejä. Komitea näki, että lähiohjelmiston sijasta kaapelitelevisiosta muodostuisi lähitulevaisuudessa ulkomaisten satelliittikanavien jakelutie.

Rakennepolitiikan näkökulmasta Perttusen komitean liberalisointilinja oli hyvin varovainen. Sen mielestä kaapelioperaattorien toiminnan tulisi perustua toimilupiin ja olla vain paikallista. Ohjelmiston puolestaan olisi tyydytettävä paikallisia tarpeita, ja peräti kaksi viidesosaa siitä piti olla kotimaista alkuperää.[87] Ehdot olivat varsin ankaria, ja televisiotuotannon kalleuden tuntien ne olisivat suojelleet Yleisradiota kilpailulta. Lopullinen laki kaapelitelevisiotoiminnasta valmistui kuitenkin vasta kuusi vuotta myöhemmin, jolloin maailma oli jälleen muuttunut ratkaisevasti: yleisradiosatelliitit välittivät tarjolle uudenlaisia yleisviihdekanavia (Sky Channel, Super Channel), elokuvakanavia (Filmnet) ja muita teemakanavia (Children's Channel, Screensport, CNN, Music Television). Vuoden 1987 laki oli lopulta niin vapaamielinen, ettei se asettanut minkäänlaisia esteitä satelliittikanavien Suomenvalloitukselle. Edes toimilupien myöntämiseen ei jäänyt tarveharkintaa, vaan valtioneuvoston oli myönnettävä lupa, jos hakija pystyi säännölliseen lähetystoimintaan. Erikseen lakiin otettiin maininta siitä, etteivät mainonnan määrälle ja ohjelmiston kotimaisuudelle asetetut määräykset päde välityssatelliittiohjelmiin.[88] Käytännössä tämä vahvisti jo vakiintuneen käytännön, että valtaosa paikallisten operaattorien tarjoamista kanavista oli ulkomaisia ja satelliittivälitteisiä.[89]

Kun valtioneuvosto helmikuussa 1988 – puoli vuotta Kolmoskanavan varsinaisen käynnistymisen jälkeen – myönsi ensimmäiset toimiluvat kaapelitelevisiotoimintaan, niitä jaettiin kaikkiaan 157 kappaletta lähes 200 paikkakunnalle. Lähes puolet toimiluvista meni posti- ja telelaitokselle, jolla oli kaapeliverkkoja ympäri Suomen. Nelisenkymmentä lupaa meni alueellisille telelaitoksille, sellaisille kuin Etelä-Pohjanmaan Puhelin Oy tai Oulun Puhelin Oy. Ensimmäisten toimiluvansaajien joukossa oli myös parikymmentä nimenomaan kaapelilähetystoimintaan perustettua yhtiötä, kuten Päijät-Visio Oy tai Helsinki Televisio Oy. Kesällä 1988 omaa ohjelmatoimintaa erillisellä kanavalla useampana päivänä viikossa harjoitti kaikkiaan 15 kaapelioperaattoria. Maksullisia ohjelmapalveluja operaattorit myivät asiakkaille pääkaupungin lisäksi Tampereella, Turussa, Lahdessa, Kotkassa ja Rovaniemellä.[90]

Tätä ennen Yleisradion käsiin keskitettyä järjestelmää olivat jo nousseet murtamaan paikallisradiot. Toisin kuin kaapelitelevisio ja satelliittikanavat, jotka hivuttautuivat suomalaisiin koteihin vähitellen, paikallisradiot tulivat eetteriin kertarysäyksellä ja vieläpä tismalleen samaan aikaan, keväällä 1985, kun Yleisradio jo teki tunnusteluja television kolmoskanavan käynnistämiseksi. Kaapelikanavat loivat jalansijansa sääntelemättömässä ympäristössä siten, että lainsäätäjä vasta jälkikäteen tunnusti niiden olemassaolon. Paikallisradioiden tulo markkinoille sen sijaan edellytti tietoista luopumista Yleisradion monopoliin nojanneesta rakennepoliittisesta perusratkaisusta.

Perttusen johtama radio- ja televisiokomitea oli suosittanut paikallisen ja lähiyleisradiotoiminnan käynnistämistä kokeiluluonteisena ja paikallisin toimiluvin mutta Yleisradion lähettimillä.[91] Päätöksentekoon heijastuivat kuitenkin viestintäyritysten ja puolueiden viestintäpoliittiset intressit. Kaikkiaan 56 sanoma- ja paikallislehteä oli perustanut 1983 Suomen Paikallisradioliitto ry:n, jota johti opetusministeriön keskustalainen kansliapäällikkö Jaakko Numminen. Tärkeinä taustavaikuttajina toimivat myös Taloudellinen Tiedotustoimisto ja Elinkeinoelämän Valtuuskunta. Kun toimiluvat julistettiin haettaviksi syksyllä 1984, liitto valmisteli hakijoiden puolesta kaikkiaan satakunta hakemusta, joista valtioneuvosto tammikuussa 1985 hyväksyi kaikkiaan 22. Useimmat luvan saaneista yhtiöistä olivat pienten lehtien omistamia ja vielä useammat mainosrahoitteisia. Kokeilukaudella pyrittiin välttämään lupien myöntämistä suurille lehdille, mutta merkittävän poikkeuksen muodosti Helsingissä toiminut Radio Ykkönen, jonka omistajiin kuuluivat paitsi *Helsingin Sanomat*, myös *Uusi Suomi*, *Hufvudstadsbladet*, *Suomen Sosialidemokraatti*, *Kansan Uutiset* ja *Suomenmaa*. Radioalalle tuli nyt audiovisuaalisen alan yrittäjiä, kuten Turun Kaapelitelevisio Oy (Auran Aallot), ja järjestöjä, kuten Elävän musiikin yhdistys ELMU ry (Radio City). Toimiluvan sai myös muutama aatteellinen hanke, kuten lapualaisen kotiseutuyhdistyksen Radio Lakeus.[92]

Kuten useat tutkimukset ovat osoittaneet, paikallista yleisöä palveleva lähi- tai kansalaisradion malli hävisi nopeasti taloudelliseen voittoon tähtäävälle kaupalliselle paikallisradiomallille. Ohjelmistollisesti se tarkoitti musiikin kasvavaa osuutta ja koko ajan kutistuvaa paikallista sisältöä, vaikka ensimmäisten toimilupien perusteella radioiden tuli nimenomaan tarjota tietoa kuuluvuusalueen asioista sekä edistää paikallista kulttuuria ja kansalaisten avointa keskustelua. Taisto Hujasen tulkinta on, että viestinnän demokratisointiin tähtääviä argumentteja käytettiin paikallisradiohankkeen oikeuttamiseksi poliitikkojen ja yleisön silmissä, vaikka päämääränä oli radiomonopolin murtaminen ikään kuin viestintäpoliittisena välttämättömyytenä.[93]

Paikallisradion ja kaapelitelevision toimiluvat ratkaisuja, jotka laajensivat ja pirstoivat suomalaisen yleisradiotoiminnan omistuspohjan kertaheitolla. Yleisradio ei enää ollut ainoa toimiluvanhaltija sähköisessä viestinnässä. Vuoden 1988 lopussa

maassa oli kaikkiaan 104 kaapelitelevisiotoimiluvan haltijaa ja 37 paikallisradiotoimiluvan haltijaa, joista useimmat olivat kuitenkin kooltaan vähäisiä. Ratkaisuissa alkoi näkyä myös uudenlainen rakennepoliittinen ajattelu, jossa päähuomio ei ollut enää monopolikysymyksessä, vaan kilpailun aikakautta ennakoivalla tavalla haluttiin luoda vahvaa toimialarakennetta, jossa yrityksillä on hyvät mahdollisuudet menestyä ja toimia vakiintuneesti. Esimerkiksi radion kohdalla säätelyn purkamista jatkettiin jo 1992, jolloin radioasemien annettiin ketjuuntua ja sittemmin siirtyä ulkomaisiin käsiin.[94]

TALOUDELLINEN PRAGMATISMI JA KYSYMYS MAINONNASTA

Suomalaista yleisradiopolitiikkaa luonnehtivalla *taloudellisella pragmatismilla* tarkoitan sen ylikorostunutta pyrkimystä koko ajan varmistaa yleisradiotoiminnan taloudellinen perusta. Alkuvaiheessa kyse oli ylipäänsä keinosta rahoittaa kallis televisiotoiminta. 1960-luvulta alkaen *taloudellisten näkökohtien hallitsevuus* on tarkoittanut kenties hieman kyynistäkin pyrkimystä käyttää hyväksi mainostulojen yleisradiotoiminnalle suomaa turvaa – mahdollistihan se tarjonnan laajentamisen. Kuten kirjan myöhemmissä luvuissa tullaan huomaamaan, 1980-luvulla liiketoimintaperusteinen ajattelutapa korostui entisestään, mistä erinomainen esimerkki on juuri Kolmostelevision perustaminen. 1990-luvun lopulla luotu television toimilupapolitiikka puolestaan on laajentanut taloudellisen ajattelutavan koskemaan koko kasvaneen toimialan kilpailuedellytyksiä.[95]

Taloudellisessa pragmatismissa on kyse kuitenkin muustakin kuin vain rahasta, eikä ajattelutapa myöskään ole välttämättä ollut minkään tietoisen viestintäpoliittisen ideologian hedelmä. Useimmiten se on ilmennyt *tilannekohtaisina ratkaisuina kulloinkin ilmenneisiin ongelmiin*. Kyse on ollut yleisradiojärjestelmän sopeutumiskyvystä käytännön pulmien edessä. Pragmatismi on ajanut päätöksentekijöitä etsimään ratkaisuja, jotka samanaikaisesti turvaavat paitsi rahoituksen myös sen, että tehty ratkaisu tyydyttää eri osapuolten tarpeet.[96] Pragmatismin likeinen sisarideologia on pyrkimys poliittisiin kompromisseihin, jota käsitellään jäljempänä.

Pragmatismi näyttäisi osittain juontuvan juuri suomalaisten yleisradiomarkkinoiden pienuudesta. Koska vähäinen väestöpohja on tarkoittanut vähäisiä tuotantoresursseja ja pieniä kotimarkkinoita, ja kun rasitteena lisäksi on ollut kaksikielisyys, rakenteelliset mahdollisuudet kehittää televisiotoimintaa ja ohjelmatuotantoa ovat olleet rajalliset. Koska suuruuden ekonomiaan ei ole ollut mahdollisuuksia, on ollut pakko kehittää viestintäpoliittisia keinoja toimijoiden talouden vahvistamiseksi. Alkuvaiheessa taloudellinen pragmatismi puolsi mainostuloilla vahvistettua

Yleisradion monopolia. Sittemmin kun viestintäpolitiikka on hyväksynyt kilpailun, se on suorastaan edistänyt mahdollisimman suurten toimijoiden syntymistä, koska vain niillä on uskottu olevan käytännössä edellytyksiä kilpailla markkinoilla.

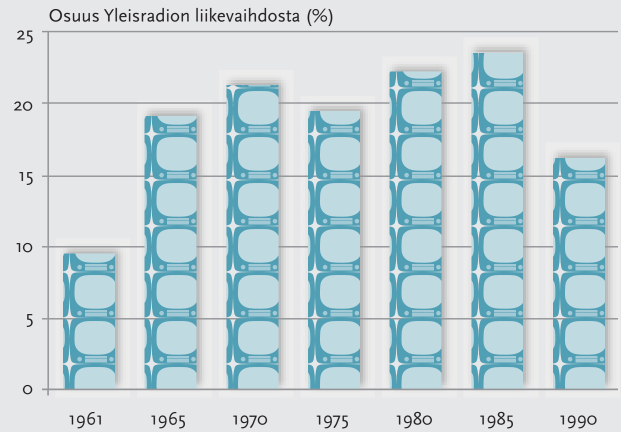
Kenties kirkkaimmin taloudellinen pragmatismi ilmeni *mainoskysymyksessä*, mainontaa koskeneessa viestintäpoliittisessa keskustelussa. Vaikka mainonta hyväksyttiin jo varhain television rahoituskeinoksi, sen roolista ja käytännön järjestelyistä jouduttiin riitelemään 1990-luvulle saakka. Vasta kilpailun kaudella mainonnasta on tullut itsestäänselvyys, jonka olemassaoloa televisiossa sinänsä ei enää kyseenalaisteta. Sen sijaan mainostulojen virta Yleisradiolle on katkaistu.

Käytännön pakkoratkaisu. – Mainonnan mahdollisuudet yleisradiotoiminnan rahoituksessa ymmärrettiin Suomessa varhain. Yleisradion teknillinen johtaja Juho Rissanen huomautti jo vuonna 1950 laatimassaan muistiossa: ”Jos näköradiossa voitaisiin esittää maksullisia esityksiä, tarjoutuisi tässä keino taloudellisen tasapainon saavuttamiseksi samalla kun liikemaailman mielenkiinto näköradiotoimintaan heräisi.”[97] Ihan helposti mainonta ei kuitenkaan ansainnut salonkikelpoisuuttaan suomalaisessa televisiotoiminnassa

Riittävän rahoituksen varmistaminen oli alusta alkaen televisiotoiminnan käynnistämisen suurin este. Yleisradion ryhtymistä kokeiluihin jarrutti muun muassa se, että yhtiö asetti radion ulaverkon rakentamisen etusijalle. Jo vuonna 1954 uudistetussa toimiluvassa Yleisradio oli saanut ”oikeuden näköradiotoimintaan”, mutta vielä elokuussa 1955, TES:n koelähetysten jo käynnistyttyä, Yleisradion johtokunta pelkäsi mainonnan johtavan katsojien kosiskeluun sekä riippuvuuteen mainostajien toivomuksista. Toinen kanta alkoi voittaa alaa vasta seuraavana keväänä, jolloin paitsi yhtiön teknillinen johtaja Juho Rissanen myös talousjohtaja Onni Toivonen katsoivat, että mainonnan kielteisiä vaikutuksia liioiteltiin. Joulukuussa myös hallintoneuvoston enemmistö oli valmis hyväksymään osittaisen mainosrahoituksen, ja jo huhtikuussa valtioneuvosto kirjasi Yleisradion toimilupaan muutoksen, joka salli mainonnan ”näköradio-ohjelmissa”.[98]

Omalle kontolleen Yleisradion johtokunta ei mainontaa kuitenkaan halunnut, vaan käytännölliseksi ratkaisuksi se oli keksinyt ”erillisen mainosyhtiön” ja ”erillisen mainosohjelma-ajan”. Näin yhtiö voisi omia käsiään likaamatta kuitenkin saada mainostuloista koituvan hyödyn. Mainos-TV:n idea oli keksitty. Ajatus ei ollut peräisin yksin Yleisradion johtokunnan päästä, vaikka esimerkiksi kaksi myöhempää pääjohtajaa, Erkki Raatikainen ja Sakari Kiuru, nimeävätkin ”pragmaattisen” Onni Toivosen ”MTV:n isäksi”.[99] Mainos-TV:n Pentti Hanskin mukaan idean oli Toivoselle syöttänyt Suomen Ilmoittajat ry, joka oli jo syyskuussa 1955 lähettänyt Yleisradiolle kirjelmän, jossa mainostajien kerrottiin olevan halukkaita hoitamaan tv-mainontaa sekä tuottamaan ja kustantamaan myös ohjelmistoa, jolloin Yleisradion

Kuvio 3 Mainos-TV:n/MTV:n osuus Yleisradion liikevaihdosta



Lähde: Yleisradion vuosikertomus 1962; *Joukkoviestintätilasto* 1989, 145; *Joukkoviestintätilasto* 1993, 128.

Selitys: Vuoden 1960 tiedot eivät ole vertailukelpoisia, minkä johdosta mainostulojen osuus on vuodelta 1961. Vuoden 1990 luku sisältää myös MTV:n tytäryhtiöksi muuttuneen Kolmostelevision maksamat korvaukset.

ei itse tarvitsisi tuottaa kalliita viihdeohjelmia. Mainos-TV:n tulevan toimitusjohtajan mielestä näin syntyisi myös ”kilpailua, joka omalta osaltaan olisi terveellistä ohjelmapuolen kehitystä ajatellen”.[100]

Mainos-TV:n keksiminen on huippuesimerkki suomalaisen yleisradiopolitiikan pragmaattisuudesta, koska siinä yhdistettiin julkinen ja yksityinen etu sekä kaksi toisilleen vastakkaista yleisradioideologiaa yhden ja saman järjestelmän sisään. Salokankaan päätelmää kannattaa lainata:

> Niinpä suomalaisen televisiojärjestelmän synnyn taustalla oli jokseenkin vähän suunnittelua ja varsin runsaasti pragmaattista tilanteeseen tarttumista ja asioiden hoitamista. Kun Yleisradio ei katsonut pystyvänsä kokonaan rahoittamaan omaa tv-toimintaansa, kehitettiin omalaatuinen ”kansallinen ratkaisu”: Yleisradion television kanavalla vuokralaisena toimiva Mainos-TV, joka sekä tuotti rahaa että kasvatti ohjelma-aikaa.[101]

Mainonnan pääsy televisioon perusteltiin silloisissa asiakirjoissa vain ja ainoastaan *taloudellisilla syillä*. Sallimalla osittainen mainosrahoitus voitiin säästää joko

valtiota tai lupamaksua maksavia kansalaisia kalliilta investointikuluilta. Ilman mainospanosta Yleisradio ei olisi vielä 1958 pystynyt säännöllistä televisiotoimintaa aloittamaan. Vaikka periaatteellisia näkemyksiä mainonnan puolesta ja sitä vastaan nostettiin esiin 1950-luvun keskusteluissa, mitään laajaa ja perinpohjaista mainoskeskustelua Suomessa ei käyty. Mainontaan turvautuminen oli niin Tekniikan Edistämissäätiölle kuin Yleisradiolle käytännöllinen, ei periaatteellinen kysymys.[102] Professori Paavo Kastari, yleisradiomonopolin lämmin puolustaja, arvostelikin ratkaisun tekotapaa toteamalla mainonnan päässeen kuvaruutuihin ”keittiörapun kautta” ja ”puoliksi salavihkaa”.[103]

Yksi syy siihen, että mainonta hyväksyttiin televisioon toisin kuin muissa Pohjoismaissa, oli se, että TES-TV oli antanut siihen mallin ja näköradion ihmeestä nauttimaan päässyt pääkaupunkilaisyleisö oli jo tottunut tv-mainoksiin. Mainonnasta oli tullut myös liike-elämälle ja mainostoimistoille saavutettu etu, josta oli vaikea luopua. Siksi mainoskysymys jäi vähemmän polttavaksi kuin monopolikysymys, joka oli vahvan ideologisesti latautunut. Vaikka myös näkemykset mainonnasta leiriytyivät osapuilleen samalla tavalla kuin näkemykset monopolista, *mainoskeskustelua käytiin aina alisteisena monopolikeskustelulle*. Hyvän esimerkin tärkeysjärjestyksestä tarjosi Wäinö Häkkisen johtama komitea, joka mietinnössään käsitteli monopolikysymystä kymmenillä sivuilla, mutta mainonnan tarvetta ja oikeutusta yleisradiotoiminnan rahoittajana vain puolentoista sivun verran. Sillekin mainonta näyttäytyi lopulta käytännöllisenä taloudellisena ratkaisuna ja keinona saada se taloudellisesti kannattavaksi.[104]

TES-TV oli perustettu alun perin televisiotekniikan kokeiluja ja radioinsinöörien koulutusta varten, Mainos-TV puolestaan vain ja ainoastaan mainosmyyntiä ja yleisradiotoiminnan rahoittamista varten. ”Varsinaisten ohjelmistoon liittyvien tavoitteiden takia ei kumpaakaan yhtiötä käynnistetty.”[105] Toisaalta mainosrahoitus kattoi pian noin viidenneksen Yleisradion tuloista (kuvio 3), ja sen ansiosta voitiin pienistä markkinoista huolimatta tuottaa varsin laaja ohjelmisto. Kysyntä mainosajasta oli niin kova, ettei sitä riittänyt kaikille halukkaille.[106] Se nosti hintoja mutta samalla loi myös Yleisradiolle paineita lisätä Mainos-TV:n ohjelma-aikaa, jotta markkinoilla oleva raha saataisiin kotiutettua. Taloudellisten vaikuttimien tärkeydestä kertoo myös se, että Yleisradio kannusti Mainos-TV:tä vähentämään kustannettujen ohjelmien osuutta, koska mainospaloista saatiin parempi hinta.[107]

Taloudellinen realiteetti. – Vaikka Yleisradion johdossa – ja laajemminkin yhteiskunnassa – oli koko ajan pyrkimyksiä päästä eroon mainonnasta, MTV hyväksyttiin ikään kuin realiteettina, välttämättömänä pahana, koska lähetysaikakorvauksen muodossa maksetut mainostulot kartuttivat Yleisradion taloutta niin tuntuvasti. Tällainen *taloudellisten tosiasioiden tunnustaminen* oli osa suomalaisen yleisradiopo-

litiikan pragmaattisuutta. Keskeisen perustelun pragmatismille puolestaan tarjosivat rakenteelliset seikat: Suomen maantieteellinen laajuus ja väestön pienuus.

Periaatteellinen kysymys mainonnan oikeutuksesta heräsi ensi kertaa toden teolla vasta Tesvision ja Tamvision ostamisen jälkeen ja Revon noustua johtamaan Yleisradiota. Monopolisoivalla kaudella mainontaan suhtauduttiin varauksellisesti,[108] mutta politisoivalla kaudella mainonnan kritiikki nostettiin teoreettisesti uudelle tasolle. PTS-elimen julkaisema *Pöllön anatomia* -tutkielma vei arvostelun pisimmälle todetessaan, että kaupallinen mainonta ja Yleisradion ohjelmien informatiivinen tehtävä olivat ristiriidassa keskenään. Kaupallinen mainontahan esitti markkinoimistaan tuotteista vain myyjän näkemyksen, ei niiden kielteisiä ominaisuuksia. Informatiivisuutta vastaan soti myös kaupallinen ohjelmatoiminta, jonka keinoja olivat katsojamäärien vakiinnuttamiseen tähtäävä "ohjelmiston laadullinen muuttumattomuus" ja suuriin katsojalukuihin pyrkivä "ohjelmiston yhdensuuntaistaminen ns. koko perheen ajanvietteeksi".[109]

Kiinnostavaa *Pöllön anatomian* erittelyssä on, että vaikka tutkijat eivät hyväksyneet televisiomainontaa, hekin tunnustivat sen *taloudellisena realiteettina*. Itse asiassa he esiintyvät suorastaan ääripragmaatikkoina edellyttäessään, että mainostulojen hyöty Yleisradiolle tulisi saada maksimoiduksi ja että mahdollisimman suuri osa tuloista olisi pystyttävä kotiuttamaan sen sijaan, että mainosraha lihotti nyt Mainos-TV:tä.[110] Yhtenä vaihtoehtona Reporadion suunnitelmissa olikin sama ajatus, joka oli ollut esillä jo Tesvisio-neuvottelujen aikaan: mainosmyynnin ottaminen Yleisradion omiin käsiin.

Talouspohdiskelua motivoi 1960-luvun lopulla ainakin kaksi suurta tekijää: yhtäältä tv-lupien määrän kasvu oli tuntuvasti hidastunut sitten vuosikymmenen alkupuoliskon, toisaalta kakkosverkon rakentaminen ja sen edellyttämä ohjelmatoiminta nielivät enenevästi varoja. Näköpiirissä oli myös väritelevisiotoiminnan käynnistäminen, mihin oli varauduttava taloudellisesti. Muutokset ennustivat myös yhtiön henkilökunnan tuntuvaa lisäystä.[111] Varsinkin hallintoneuvoston päätettyä joulukuussa 1968 säilyttää Mainos-TV:tä koskeva maininta Yleisradion toimiluvassa keskustelu televisiomainonnan oikeutuksesta laantui, ja mainonnan sallittiin jatkua "olosuhteiden pakosta" (kuten yhtiön johto sen muotoili) ja "toistaiseksi"(kuten Wäinö Häkkisen radiolainsäädäntötoimikunta tunnusti).[112] Se oli samalla taloudellisen pragmatismin voitto politisoivan kauden yrityksestä päästä eroon tv-mainonnasta.

Vaikka Revon ja hänen lähimpiensä tavoitteet mainonnan eliminoimiseksi eivät toteutuneet ja vaikka Mainos-TV:n olemassaolo sinänsä turvattiin, mainonnasta tuli lupamaksuihin verrattuna entistä selvemmin "toinen", ikään kuin kyseenalaisempi ja arvostelulle alttiimpi televisiotoiminnan rahoitusmuoto. Mainonnan lisäämiseen yleisradiotoiminnassa ei yhteiskunta myöskään ollut valmis. Esimer-

kiksi 1970-luvun viestintäpoliittiset komiteat ja toimikunnat pitivät kiinni mainoskriittisyydestä ja olisivat sijoittaneet televisiossakin mainokset blokkeihin mainoskatkojen sijasta. Samanaikaisesti poliittista oikeistoa edustaneet jäsenet saattoivat ehdottaa kaupallisen rahoituksen laajentamista ääniradion puolelle ja hahmotella kanavauudistusta, jossa mainokset olisi keskitetty vain toiselle kanavalle.[113] Selvää oli kuitenkin, että mainoskysymys oli menettänyt merkityksensä suurena yleisradiopoliittisena periaateongelmana.

Mainonta salonkikelpoiseksi. – 1970-luvun loppua kohden kävi yhä ilmeisemmäksi, että kaupallisen toiminnan osuus sähköisestä viestinnästä oli pikemminkin kasvamaan kuin supistumaan päin. Mainos-TV:n henkilökunta kaksinkertaistui vuosikymmenessä, mainoksia nähtiin myös kaapelitelevisiossa, ja uusi kaupallinen aluevaltaus oli myös HTV:n maksullinen Viihdekanava. 1980-luvulle tultaessa kaapelitelevisio oli jo vakiinnuttanut paikkansa, ja vuosikymmenen puolivälissä alkoi mainoksia tulvia paikallisradioista ja Kolmoskanavalta. Kaupallistuminen tapahtui väistämättömänä kehityksenä: mainonta oli hyväksytty käytännölliseksi tavaksi rahoittaa yleisradiotoimintaa.

Kaupallinen rahoitus oli myös kaapelitelevision tapauksessa käytännön sanelema pakko. Koska mainonnan periaatteellinen vastustus oli jäänyt tappiolle, oli viestintäpoliittisesti luontevaa lähteä hakemaan yleisradiotoiminnan vähittäiseen vapautumiseen tarvittavia voimavaroja markkinoilta. Ensimmäisenä se toteutui kaapelitelevisiotoiminnassa, jossa operaattorit keräsivät tulonsa lähinnä liittymis- ja vuosimaksuista mutta toiminnan vakiintuessa enenevästi myös mainosajan myynnistä ja maksullisista palveluista. Vielä vuonna 1987 mainosmyynnin osuus kaapelitelevisiotoiminnan liikevaihdosta jäi kuitenkin runsaaseen kymmeneen prosenttiin.[114] Valtakunnallista mainosaikaa myyneen MTV:n kanssa vain paikallisia mainoksia välittäneet kaapelikanavat eivät kilpailleet.

Kun Juhani Perttusen johtama radio- ja televisiokomitea teki lokakuussa 1981 ehdotuksensa kaapelitelevisiotoimintaa koskevaksi lainsäädännöksi, sen näköpiirissä oli, että kaapelitelevisio oli kehittymässä markkinaperusteiseksi palveluksi. Niinpä komitea päätyi ehdottamaan, että ”mainonta kaapelitelevisio-ohjelmissa olisi rahoituspohjan turvaamiseksi sallittua”. Mainonnan määrälle se esitti enimmäisrajaa, joka kuitenkin oli niin korkea, ”ettei se voine muodostua kaapelitelevisiotoiminnan edellytyksiä heikentäväksi tekijäksi”.[115] Kuten aikoinaan Mainos-TV:tä synnytettäessä, tässäkin tapauksessa mainosrahoitukseen turvautumista perusteltiin taloudellisilla syillä. Lakiesityksessä, kuten myös säädetyssä laissa, mainonnan ”kipurajaksi” määriteltiin lopulta 11 prosenttia ohjelma-ajasta.[116]

Uuden, ratkaisuja hakevan kauden merkkinä voi pitää sitäkin, että Perttusen komitea oli valmis sallimaan mainonnan myös radiotoiminnassa, jos kohta vain

paikallistasolla ja rajoitetusti. Mietinnössään vuonna 1984 se ehdotti, että kokeilukaudella paikallisradiolähetyksissä ei saisi olla mainontaa, mutta sitäkin tulisi "myöhemmin erikseen harkita" riippuen kokeilun tuloksista.[117] Kun ensimmäiset paikallisradiot seuraavana vuonna sitten käynnistyivät, toimiluvat eivät estäneet mainosten lähettämistä, joskin mainonnan osuus ohjelma-ajasta rajattiin kymmeneen prosenttiin.[118] Tässäkin hyväksyttiin taloudelliset realiteetit: mainonta näytti ainoalta mahdolliselta keinolta rahoittaa paikallisradioiden toiminta.

1990-luvulla toteutettu kanavauudistus, jossa MTV sai kolmannen verkon kokonaan käyttöönsä, edusti jo kokonaan uudenlaista pragmaattisuutta: sillä haluttiin selkiyttää televisiotoiminnan kenttää niin ohjelmiston rakentamisen, mainonnan myynnin kuin suuren yleisönkin kannalta. 1990-luvulta alkaen yleisradiopolitiikan taloudellinen pragmatismi on kytkeytynyt yhä likeisemmin rakenteelliseen ajatteluun korostamalla toistuvasti toimialan taloudellista vakavaraisuutta mutta samalla vapauttamalla se markkinoiden vietäväksi.

POLIITTISET KOMPROMISSIT JA KONSENSUSDEMOKRATIA

Vertailevan politiikantutkimuksen käsitteillä Suomen 1970–80-luvun poliittista järjestelmää voidaan luonnehtia *konsensusdemokratiaksi*. Toisin kuin esimerkiksi brittiläisessä enemmistödemokratiassa, konsensusdemokratiassa valtaa ei keskitetä kokonaan enemmistön käsiin, vaan poliittisille päätöksille on etsitty mahdollisimman laajapohjainen hyväksyntä poliittisten toimijoiden kesken. Konsensusdemokratioille tyypillisiä ovatkin useiden puolueiden muodostamat koalitiohallitukset ja keskeisten asiakysymysten laajapohjainen parlamentaarinen valmistelu siten, että myös opposition ääntä kuullaan. Tyypillistä on myös se, että valmistelussa paitsi puolueita myös yhteiskunnan muita keskeisiä eturyhmiä pidetään varteenotettavina osapuolina, joilta pyydetään lausuntoja ja joiden etuja pyritään turvaamaan – tai joiden etuja ei ainakaan yksipuolisesti haluta loukata. Samalla politiikka on myös hyvin organisoitunutta ja eliittikeskeistä.[119]

Tällainen vastakkaisia intressipiirejä yhteiseen neuvottelupöytään patistava *"yhteiskunnallisen kumppanuuden" ideologia* on Peter Katzensteinin mukaan erityisen tyypillistä pienille korporatistisille maille, muun muassa Pohjoismaille. "Vaikka se voi näyttää ulkopuolisen silmissä paradoksilta, pragmaattinen yhteistyö ja ideologinen konflikti eivät ole yhteensopimattomia." Demokraattinen korporatismi suorastaan edellyttää hänen mukaansa puolueiden ja eturyhmien jatkuvaa neuvottelua, poliittisten näkemyserojen jatkuvaa esilläpitoa, mistä yhteisymmärrys ja kompromissit sitten lopulta kumpuavat.[120] Daniel Hallinin ja Paolo Mancinin ku-

vaus demokraattisen korporatismin ominaispiirteistä tuntuu hyvin sopivan myös suomalaiseen politiikkaan:

> Demokraattiseen korporatismiin kuuluu kaupankäynti, jonka avulla eri ideologioita ja yhteiskunnallisia intressejä edustavat puolueet ja ryhmät pyrkivät konsensukseen. Niin muodostetaan hallituskoalitiot; niin politiikkaa tehdään; niin ratkotaan työnjohdolliset ja muut yhteiskunnallisia ja taloudellisia etuja koskevat ristiriidat. Poliittisten näkemysten moninaisuudesta huolimatta tämä jatkuva kaupankäynti on synnyttänyt sopeutumisen ja yhteistyön kulttuuria ja siihen soveltuvia menettelytapoja.[121]

Suomessa hallitukseen yleensä kuuluu ainakin kaksi kolmesta suuresta puolueesta, ja virallista kielivähemmistöä edustava RKP on saanut käytännössä vakiopaikan valtioneuvostosta. Valtiovallan sekä liike-elämän, eturyhmien ja edunvalvontajärjestöjen välillä on vallinnut likeinen keskusteluyhteys, joka on tuonut jälkimmäisille asiantuntijatehtäviä lainsäädännön ja hallinnon eri portaissa sekä kytkenyt ne osaksi poliittista päätöksentekoprosessia. Käytännössä tämä on toteutunut komiteoiden, toimikuntien ja laajojen lausuntokierrosten kautta. Yksityiseen liiketoimintaan kohdistuva valtiovallan valvonta on yleensä luotu yhteistyössä kontrollin kohteen kanssa. Julkisten varojen jaosta on päätetty laajoina kokonaisratkaisuina, joissa eri osapuolten tavoitteita on pyritty tasapainottamaan. Politiikantutkimuksessa onkin puhuttu *korporatiivisesta pluralismista*, jossa valtiovallan ja etujärjestöjen suhde on hyvin tiivis. Suomalaiselle politiikanteolle tyypillisessä ”uuskorporatismissa” ei tyydytä vain muokkaamaan yleistä mielipidettä ja painostamaan päätöksentekijöitä, vaan pyritään osallisiksi päätöksentekoon.[122]

Tämä kaikki on toteutunut myös viestintäpolitiikassa ja erityisesti yleisradiopolitiikassa, jonka historia on täynnä yhteisissä neuvottelupöydissä tehtyjä *poliittisia kompromisseja*. Kaikki keskeiset viestintäpoliittiset ratkaisut ovat edellyttäneet poliittista kamppailua, eivätkä mittaa toisistaan ole ottaneet ainoastaan puolueet ja niiden edustamat ideologiat vaan myös yleisradioyhtiöt itse, lehdistö, mainostoimistot, kauppa ja teollisuus, oikeusoppineet, toimittajat ja akateeminen älymystö. Pienessä, demokraattista korporatismia edustavassa maassa on haettu yksimielisyyttä, ja ellei siihen ole päästy, on neuvoteltu ja tingitty tavoitteista niin, että jokainen saa edes jotakin.

Kompromissihakuisuus on ollut pienen yleisradiopolitiikkaa tekevän maan vahvuus, koska siten ratkaisuille on saatu mahdollisimman laaja tuki. Toisaalta pyrkimys yhteisymmärrykseen on epäilemättä myös estänyt luovaa uudistamista. Yleisradiopolitiikkaa 1980-luvulle asti hallinnutta monopoli- ja mainontakeskustelua voi pitää osoituksena siitä, että jatkuvaa erimielisyyttä herättäneet kysymykset

jäivät kiertämään kehää. Yhtä lailla se tosiasia, ettei yleisradiolainsäädäntöä kyetty uudistamaan lukuisista yrityksistä ja komiteoista huolimatta, muistuttaa siitä kuinka konsensukseen pyrkiminen on käytännössä suosinut rakenteiden muuttumattomuutta.

Hegemonia vai konsensus? – Vaikka Yleisradion ja Mainos-TV:n epäortodoksista kumppanuutta on käsitelty edellä jo runsaasti, siihen on vielä syytä palata siltä osin, kuin se ilmentää suomalaiselle yleisradiopolitiikalle tyypillisten poliittisten kompromissien luonnetta. Televisiomainontaa koskevat kannat eivät nimittäin jakautuneet yksiselitteisen ideologisesti niin, että oikeisto olisi kannattanut ja vasemmisto vastustanut, vaan ne muuttuivat vähitellen siirryttäessä monopolisoivasta kaudesta politisoivan kauden kautta ratkaisuja hakevalle kaudelle.

> Mainos-TV oli kompromissi. Kaupallisen television kannattajat eivät saaneet tahtoaan läpi, mutta jalan ovenrakoon. Kaupallisen television vastustajat saivat mainosrahaa Yleisradiolle, mutta onnistuivat koteloimaan sen hankinnan yhtiön ulkopuolelle ja saavuttivat kelvollisen sovun kaupallisuuden kannattajien kanssa.[123]

”Apuyhtiön” perustaminen sellaisenaan edusti monimutkaisesti rakennettua kompromissia, jossa pyrittiin ottamaan huomioon usean osapuolen näkökohdat. Puhtaasti puoluepoliittisessa katsannossa kompromissi palveli vasemmistoa ja maalaisliittoa, jotka kannattivat televisiotoiminnan pitämistä keskitetysti Yleisradion käsissä, mutta se antoi myös myönnytyksen vapauttamista ajavalle elinkeinoelämälle ja sitä tukevalle oikeistolle, koska televisioon otettiin mukaan kaupallinen elementti. Edelleen Mainos-TV:n perustaminen palveli televisiomainonnasta innostuneita ilmoittajia, joiden aloite erillisestä mainosyhtiöstä toteutui – joskin muodossa, jonka oli määrä minimoida kaupallisuuden kielteiset vaikutukset, kuten Yleisradion ohjelmajohto sekä johtokunnassa ja hallintoneuvostossa istuneet kulttuurivaikuttajat vaativat. Mainos-TV:lle asetetut tiukat rajat sekä yhtiön jo vuonna 1959 laatimat mainonnan eettiset periaatteet onkin nähtävä yhtenä kädenojennuksena arvostelijoita ja myös kilpailevia viestimiä kohtaan.[124]

1960-luvulla eri osapuolien kamppailu siitä, kenen yleisradiopoliittiset tulkinnat osoittautuisivat vahvimmiksi, kiristyi. Hegemoniataistelun rinnalla pyrittiin kuitenkin myös etsimään kompromissiratkaisuja, joille saataisiin riittävä poliittinen kannatus. Esimerkiksi Häkkisen yleisradiolainsäädäntökomitean ehdotus myöntää toimilupia paikalliseen yleisradiotoimintaan yritti tasapainoilla monopolia ajaneiden ja vapauttamisen kannattajien näkökohtien välillä. Hallituksen lakiesitys joutui vastatuuleen osin siksi, ettei monopoli nauttinut riittävää kannatusta.[125] Yhdenlainen poliittinen kompromissi oli sekin, ettei uutta lakiesitystä tehty vuosikausiin,

koska riittävää yhteisymmärrystä ei ollut ja koska taloudelliset suhdanteet olivat jo ratkaisseet Tesvision kohtalon. Vallitsevan tilanteen annettiin jatkua: Yleisradio oli käytännössä saanut poliittisen vasemmiston haluaman yksinoikeuden, jota kuitenkin oikeiston tukema Mainos-TV tasapainotti.

Vuosikymmenen jälkipuoliskolla, politisoivalla kaudella, Mainos-TV:n asema Yleisradion apuyhtiönä kyseenalaistettiin yleisradiopoliittisissa keskusteluissa sitten moneen kertaan. Kärkkäistä kannanotoista huolimatta Yleisradion hallintoneuvostossa käydyt keskustelut siitä, voisiko Yleisradio ottaa mainosmyynnin kokonaan omiin käsiinsä, kertovat paitsi viestintäpolitiikan ideologisesta leiriytymisestä myös konsensuspolitiikan rakenteita säilyttävästä voimasta. Vaikka sosiaalidemokraatit tukivat Mainos-TV:n lakkauttamista tai ainakin sen saattamista tiukempaan kontrolliin, oikeisto ja keskusta tyrmäsivät vaatimuksen sosialisointiyrityksenä.[126] Toisaalta Reporadion hyökkäys Mainos-TV:tä kohtaan on tulkittavissa kärjistetyksi puheenvuoroksi kamppailussa, jossa Yleisradio tavoitteli lähinnä kannaltaan parasta kompromissia mainosrahoituksen turvaamiseksi.[127]

Reporadionkaan jälkimainingeissa ei saatu aikaan mitään lainsäädännöllistä kokonaisuudistusta, vaan päinvastoin ajauduttiin toisiaan seuranneisiin komiteoihin ja viestintäpoliittisten näkökantojen entistä jyrkempään leiriytymiseen, minkä tähden on perusteltua kutsua ajanjaksoa politisoivaksi kaudeksi. Yksimielisyys tuntui vallitsevan vain siitä, että vallinnut olotila, Yleisradion ja Mainos-TV:n riitaisa yhteistyö, oli parempi ratkaisu kuin jokin kaikkien kannalta tuntematon ja siksi eitoivottava uudistus.

Vastakkainasettelut lientyvät. – Kutsuessaan 1980-luvulla alkanutta viestintäpolitiikan ajanjaksoa ratkaisuja hakevaksi kaudeksi Ismo Silvo näyttää tarkoittavan sitä, että silloin periaatteelliset ideologiset vastakkainasettelut lientyivät vähemmän kärjekkäiksi mutta samalla aiempaa konkreettisemmiksi kysymyksiksi:

> Kiivas poliittinen ”informaatiosota” oli johtanut tulkintojen suureen polarisaatioon, eikä systemaattisesta ja kaikista viestinnän alat itseensä sulattavasta viestintäpoliittisesta synteesistä saatu säätelynä sovituksi. Tuloksena oli ainakin väliaikainen kyllääntyminen viestintäpoliittisiin tulkintoihin sekä sääntelyn ja ohjailun ”laskeutuminen” systemaattisista ja kokonaisvaltaisista yleisyyksistä yksittäisempien ongelmien pariin. 1970-luvun lopulla havaitaankin viestintäpoliittisen tarkastelun kohdentuminen yksittäisiin ad hoc -ongelmiin.[128]

Ratkaisuja hakevan kauden alkutahdit viritti nimenomaan vuonna 1979 asetettu Perttusen komitea, joka pilkkoi ongelmien laajan kentän lukuisiksi osakysymyksiksi, joihin kuhunkin lähdettiin hakemaan erillistä ratkaisua. Kuten Juha Kulmanen huo-

mauttaa, komitean lukuisista esityksistä yllättävän monet on sittemmin toteutettu: ruotsinkielinen ”rannikkokanava” on rakennettu (ja sittemmin se on kasvanut valtakunnalliseksi YLE FST5:ksi), laki kaapelilähetystoiminnasta on säädetty (ja sittemmin tarpeettomana jo kumottukin), samoin tekninen radiolaki on uudistettu (vieläpä moneen kertaan), paikallisradiot on saatu (joskin liberaalimmassa muodossa kuin komitea ehdotti). Vain yhdestä asiasta komitea ei päässyt sopuun: yleisradiolaista.[129]

Perttusen komitean ehdotus yleisradiotoiminnan vapauttamiseksi edusti kuitenkin ilmeistä pyrkimystä löytää kaikkia osapuolia tyydyttävä sopuratkaisu. Yhtäältä komitea halusi tähdentää Yleisradion asemaa takaamalla sille lainsäädännöllisen erityisaseman, missä otettiin huomioon erityisesti vasemmiston yleisradiopoliittiset näkökannat. Oikeistoa vastaan komitea taas tuli ollessaan valmis takaamaan MTV:lle televisiomainonnan valtakunnallisen monopolin ja ehdottaessaan kaupallisen paikallisradiotoiminnan aloittamista. Vaikka omaa toimilupaa MTV:lle ei suoraan ehdotettu, sekin mahdollisuus oli esillä vähintään rivien välissä.[130] Kompromissihakuisuudesta kertoo myös se, että komitea oli jo aiemmin tukenut MTV:n uutisten käynnistämistä kokeiluluonteisesti.[131]

Voidaan sanoa, että Perttusen komitea jo rohkaisi Suomea avaamaan yleisradiotoimintaa duaalijärjestelmän suuntaan, jossa julkinen ja yksityinen sektori voisivat toimia rinnakkain, sopia työnjaosta ja myös kilpailla sananvapautta ja yleisöä hyödyttävällä tavalla. Johtoajatuksena tuntuu olleen juuri sellainen sosiaalisen kumppanuuden ideologia, jolla Hallin ja Mancini kuvaavat demokraattista korporatismia.[132] Mietintöjen perään liitetyt eriävät mielipiteet eivät enää asettuneet täydelliseen vastahankaan enemmistön kanssa, vaan lähinnä kirjasivat yleisradiopolitiikkaa koskevien tulkintaerimielisyyksien ääripäät.

Perttusen komitean kanta radiotoiminnan vapauttamiseen oli ainakin Raimo Salokankaan mukaan sosiaalidemokraattien ja keskustalaisten keskenään muotoilema kompromissi. Kokoomuslaiset jäsenet olisivat halunneet vakinaistaa paikallisradiot saman tien ja sallia niin mainonnan kuin omat lähettimet. Vastaavasti komitean kansandemokraatit eivät suvainneet kaupallisuutta paikallisradiossa lainkaan ja katsoivat, että paikallisia toimilupia tulisi myöntää korkeintaan ei-kaupallisille yhteisöille. Todellisuus tuli kuitenkin liberalisointia ajaneiden puolelle. Liikenneministeriö ja hallituksen viestintäpoliittinen ministerivaliokunta nimittäin havaitsivat, ettei valtiolta liikenisi rahaa kokeilun järjestämiseen, vaan raha olisi haettava markkinoilta, ts. mainonnasta.[133]

Kokeiluluvista päätti tammikuussa 1985 sosiaalidemokraattien ja keskustan punamultahallitus, jonka liikenneministerinä oli SDP:n Matti Luttinen. Paikallisradioiden vakiinnuttaminen vuonna 1987 taas tapahtui sosiaalidemokraattien ja kokoomuksen sinipunahallituksen aikana, jolloin viestintäasioista päätti liikenneministeri, SMP:n puheenjohtaja Pekka Vennamo. Puoluepoliittisesti paikallis-

radioiden tulo Suomeen ilmensi ennen muuta keskustan ja sosiaalidemokraattien muuttuneita viestintäpoliittisia asenteita.

> Sekä keskustapuolueen että sosiaalidemokraattien suhtautumiseen paikallisradiouudistukseen vaikutti tärkeällä tavalla ilmiö, jota voitaisiin kutsua maakuntien ääneksi. Sen liikkeellepanevana voimana oli kummankin puolueen alueellinen/paikallinen lehdistö, joka jo aiemmin oli osoittanut kiinnostusta paikallisiin kaapelitelevisiohankkeisiin. Sosiaalidemokraattien kiinnostusta uusien ratkaisujen etsintään lisäsi työväenlehdistön kriisi, joka oli heikentämässä puolueen asemia joukkoviestinnässä. – – Keskustapuolueelle paikallisradioissa oli oleellista juuri niiden paikallisuus ja siihen liittyvä lupaus maakuntien/alueiden emansipaatiosta.[134]

Poliittisen kompromissin syntyyn vaikutti tässäkin tapauksessa taloudellinen pragmatismi, kun sekä keskustan että sosiaalidemokraattien kannan muuttumista myönteiseksi tuki niiden omille lehtiyhtiöille avautunut pääsy paikallisradiomarkkinoille.

Kaapelitelevisiota koskeva lainsäädäntö tarjoaa toisen esimerkin ratkaisuja hakevan kauden poliittisista kompromisseista. Vaikka Perttusen komitea päätyi puoltamaan kaapelitelevision leviämistä ja sähköisen viestinnän liberalisointia, se monella tapaa yritti ottaa huomioon myös vasemmiston näkökannat. Oikeiston viestintäpoliittiset asiantuntijat olisivat rinnastaneet kaapelitelevisiot painovapauden piirissä toimiviin sanomalehtiin, mutta vasemmistoa myötäillen komitea päätyi säätelyn kannalle, koska "kaapelitelevisiotoiminta on kasvamassa yhteiskunnallisilta vaikutuksiltaan niin merkittäväksi".[135] Vasemmiston vaalimia tavoitteita olivat myös vaatimukset ohjelmiston monipuolisuudesta, kotimaisuusasteesta ja kansalaisten mahdollisuuksista osallistua ohjelmiin. Samoin vasemmistoa puhutteli ajatus parlamentaarisesti asetetusta kaapelitelevisiolautakunnasta sekä aluelautakunnista, joiden olisi ollut määrä valvoa toimintaa.

Monet komitean ehdotuksista päätyivät vain jonkin verran muutettuina lopulliseen lakiesitykseen ja lakiinkin. Lakiesityksen antaneessa hallituksessa suurimpana puolueena toimi SDP, mutta porvaripuolueilla oli yhden ministerinsalkun enemmistö. Eduskunnan liikennevaliokunta kuuli peräti 68:aa asiantuntijaa ja teki merkittäviä muutoksia esitykseen, samoin perustuslakivaliokunta. Kärjekkäimmin vastakkain olivat SDP:n ja SKDL:n edustama vasemmisto sekä RKP:n ja kokoomuksen edustama oikeisto. Mikä kiinnostavinta, hallituksen sisäiset – SDP:n ja RKP:n väliset – erimielisyydet olivat eduskuntakäsittelyssä näkyvämpiä kuin hallituksen ja opposition väliset. Eniten kiisteltiin siitä, kuinka paljon kotimaista ohjelmistoa kaapelioperaattoreilta voidaan edellyttää, ja siitä, pitäisikö kotimaisuusvaatimus ulottaa kattamaan myös välitetyt ulkomaiset kanavat. Vasemmiston voitoksi

voidaan laskea se, että kotimaisen ohjelmiston vähimmäiskiintiö tuli lakiin, oikeiston voitoksi taas se, että satelliittikanavat jäivät kiintiön ulkopuolelle.[136]

Konsensuspolitiikan muodoista kertoo paljon se, että vaikka viime vaiheessa, eduskunnan täysistunnossa, vielä 36 kansanedustajaa käytti yhteensä 191 puheenvuoroa, lopullinen laki ei enää muuttunut. Kuten lain käsittelyä tutkinut Guy-Erik Isaksson huomauttaa, "lopulliset kompromissit puolueiden kesken tehdään jo valiokunnissa, ei täysistunnossa". Täysistuntokäsittelystä muodostui lähinnä "häviäjien näyttämö", jossa omien näkökohtiensa kanssa tappiolle jääneet kuittasivat valiokunnissa kärsimänsä tappiot.[137]

Politiikan näyttämöt. – Erityinen piirre suomalaisen yleisradiopolitiikan konsensuspyrkimyksessä on se, etteivät sen keskeisimpänä näyttämönä niinkään ole toimineet laeista päättävä eduskunta, lakiesitykset antava valtioneuvosto eivätkä niitä valmistelevat komiteat ja toimikunnat. 1990-luvulle asti tärkeimmät päätökset teki usein Yleisradion hallintoneuvosto. Tästä eduskunnan nimeämästä elimestä oli muodostunut viestintäpolitiikan "pienoisparlamentti", jossa keskeiset kiistat paitsi käytiin, myös ratkaistiin. Vaikka MTV:n uutisten kohtalo sinetöitiin keskustan puoluekokouksessa, lopulliset kompromissit esimerkiksi uutisten vaatimasta lisäohjelma-ajasta tehtiin vasta Yleisradion hallintoneuvostossa helmikuussa 1981. Kuten Salokangas kuvaa, "ensin äänestettiin porvareiden voimin läpi se, että lisäaikaa ylimalkaan myönnetään ja sitten hyväksyttiin johtokunnan neuvottelutauolla sorvaama malli, että lisäaikaa voisi olla enintään kymmenen minuuttia päivässä", eli tuntuvasti vähemmän kuin MTV oli vaatinut mutta toisaalta enemmän kuin vasemmisto olisi halunnut myöntää.[138]

Hallintoneuvostovetoisen yleisradiopolitiikan kautena Suomessa voidaan pitää ajanjaksoa vuodesta 1949 vuoteen 1998. Alkupisteen määrää ns. Lex Jahvetti, joka siirsi hallintoneuvoston valinnan eduskunnalle ja muutti sen kokoonpanon vastaamaan parlamentaarisia voimasuhteita. Päätepisteenä taas voidaan pitää lakia televisio- ja radiotoiminnasta, joka vahvisti liikenneministeriön ja sen alaisen Telehallintokeskuksen (vuodesta 2001 Viestintävirasto) asemaa toimilupa- ja valvontaviranomaisena.[139] Samaan aikaan myös viestintäyritysten rooli yleisradiopolitiikan muotoutumisessa oli kasvanut.

Vaikka radioyhtiölain mukaan hallintoneuvoston jäseniksi oli valittava "taide-elämää, kansanvalistustoimintaa, elinkeino- ja talouselämää tuntevia sekä eri yhteiskunta- ja kieliryhmiä edustavia kansalaisia",[140] melkein kolme neljäsosaa, 73 prosenttia, sen jäsenistä vuosina 1949–1998 oli kansanedustajia, vieläpä puolueittensa keskeisiä toimijoita, jopa ministereitä tai puolueittensa puheenjohtajia.[141] Tämä kertoo siitä, että Yleisradion hallintoneuvostoa on pidetty tärkeänä poliittisena näköalapaikkana.[142] 1950-luvulta 2000-luvulle asti hallintoneuvoston puheenjohtajat

tulivat lähinnä maalaisliitosta/keskustapuolueesta. Poikkeuksen muodostavat sosiaalidemokraatteja edustaneiden Rafael Paasion (1961–1964) ja Erkki Raatikaisen (1967–1969) sekä kokoomuslaisen Kimmo Sasin (2007–2011) kaudet. Hallintoneuvostokulttuuriin ovat kuuluneet myös erilliset ryhmäkokoukset, joissa puolueet ovat hioneet kantojaan. Järjestelmän poliittisesta tasapainottelusta kertoo se, että kun keskusta on vuodesta 1970 alkaen johtanut hallintoneuvostoa, Yleisradion pääjohtaja (nykyisin toimitusjohtaja) on edustanut sosiaalidemokraatteja. Tasapaino murtui vasta 2010, kun toimitusjohtajaksi valittiin Lauri Kivinen, jonka on katsottu olevan lähellä kokoomusta.

Hallintoneuvoston valta kohdistuu toki ensisijaisesti itse Yleisradioon ja on korostunut esimerkiksi yhtiön johtoa valittaessa. Erityisen aktiivisen roolin hallintoneuvosto ja sen epävirallinen työvaliokunta ottivat Salokankaan mukaan kuitenkin 1960-luvun lopulta 1970-luvulle kestäneellä kaudella, jolloin ne puuttuessaan esimerkiksi yksittäisiin ohjelmiin ”laajensivat tekemisiään sellaisillekin alueille, jotka oikeastaan kuuluivat johtokunnalle”.[143] 1980-luvulla hallintoneuvoston ja yhtiön johtokunnan (vuodesta 1985 hallituksen) toimivaltasuhteet kuitenkin normalisoituivat, mikä ei kuitenkaan vähentänyt edellisen yleistä viestintäpoliittista valtaa. Entinen pääjohtaja Sakari Kiuru onkin verrannut hallintoneuvostoa eduskunnan valiokuntaan. ”Yleisradiossa tehtävät liittyvät, ei valiokuntatyöhön, vaan ohjelmayhtiön taloudelliseen ja viestintäpoliittiseen ohjaamiseen ja toiminnan valvontaan.”[144]

Nykyisen lain mukaan hallintoneuvoston tehtävänä on muun muassa valita yhtiön toimitusjohtaja sekä yhtiön hallituksen jäsenet, päättää yhtiön toiminnan laajuudesta, päättää yhtiön talousarviosta ja pitää huolta siitä, että yhtiön julkisen palvelun tehtävät tulevat täytetyiksi.[145] Mitään sen yleisempiä viestintäpoliittisia tehtäviä ei aiempikaan lainsäädäntö hallintoneuvostolle osoittanut. Käytännössä sen valta tehdä yleisradiopolitiikkaa koskevia ratkaisuja yli säännösten mukaisen toimivaltansa on perustunut yhtäältä Yleisradion nauttimaan erityisasemaan suomalaisella viestinnän kentällä ja toisaalta ”parlamentarismin voimaan”. Yleisradiota koskevat ratkaisut ovat aina heijastuneet kaikkeen muuhun sähköiseen viestintään, ja kääntäen kaikki sähköistä viestintää koskevat ratkaisut ovat heijastuneet aina Yleisradion toimintaedellytyksiin, joita hallintoneuvosto on asetettu puolustamaan. Jos eduskunnan voimasuhteita heijastava hallintoneuvosto ottaa kantaa johonkin sähköistä viestintää koskevaan kysymykseen, sen enempää eduskunnalla kuin maan hallituksellakaan ei ole ollut varaa sivuuttaa sitä. Hallintoneuvosto on edustanut yleisradiopolitiikan ”yhteistä tahtoa”.

Merkittävän poliittisen toiminnan näyttämön erityisesti ohjelmapoliittisissa kysymyksissä muodostivat ohjelmaneuvostot, joiden jäsenet hallintoneuvosto valitsi. Radion ohjelmaneuvosto oli perustettu jo 1934, ja sen tehtävänä oli tarkastaa ohjelmasuunnitelmat parhaimmillaan jopa kahden viikon välein ja arvioida lähetetyt

ohjelmat. Televisio sai oman ohjelmaneuvostonsa 1960, ja sittemmin oli perustettu myös alueellisia ohjelmaneuvostoja. Ohjelmaneuvostojen tuli alun perin edustaa sivistys- ja yhteiskuntaelämän eri aloja, mutta käytännössä niiden jäsenyydet olivat poliittisesti korvamerkittyjä. Mutta kun hallintoneuvostossa oli Salokankaan mukaan ”useita hyvin kokeneita poliitikkoja ja monia todellisia politiikan raskassarjalaisia”, ohjelmaneuvosto oli ”nousevan poliitikon harjoitteluareena ja politiikan keskikastin soturin vartiopaikka”.[146]

Politisoivalla kaudella ohjelmaneuvostojen merkitys poliittisten yhteenottojen areenana korostui ohjelmaneuvoston puuttuessa milloin radion liian vasemmistolaisina pidettyihin vappuohjelmiin, milloin taas ulkopoliittisia suhteita vaarantaviin elokuviin. Ratkaisuja hakevalla kaudella neuvostojen valtaa alettiin arvostella myös yhtiön sisällä. 1980-luvulla myös niiden kokouksissa käydyt keskustelut alkoivat suuntautua poliittisista vinoumista siveellis-moraalisiin kysymyksiin, kuten ohjelmien kielenkäyttöön tai väkivaltaan. Helmikuussa 1992 hallintoneuvosto tuli lopulta sille kannalle, ettei ohjelmaneuvostojen toiminnan jatkaminen enää olisi tarkoituksenmukaista. Tilalle perustettiin yksi nelijäseninen ohjelmalautakunta, jolta oli riisuttu kaikki poliittisluonteiset valvonta- ja arviointitehtävät.[147]

KULTTUURINEN PROTEKTIONISMI JA HOLHOAMISEN PERINNE

Neljänneksi suomalaisen yleisradiopolitiikan perusstrategiaksi – rakennepolitiikan, taloudellisen pragmatismin ja poliittisten kompromissien rinnalle – olen nostanut *kulttuurisen protektionismin*. Protektionismi viittaa tässä holhoavaan pyrkimykseen varjella viestintäpoliittisin keinoin yleisöä ei-toivotuilta vaikutteilta. Protektionismia ei ole ilmennyt vain viestintäpolitiikassa, vaan, kuten Pertti Alasuutari on pyrkinyt osoittamaan, koko Suomi toimi 1980-luvulle asti eräänlaisena Oy Suomi Ab:nä, jonka kansantaloutta yritettiin suojella erilaisin suojatullein, tuontikielloin ja devalvaatioin maailmanmarkkinoiden heilahteluilta. Tämä protektionistinen hallintajärjestelmä ulottui myös sosiaali- ja sivistyspuolelle, kaikkein näkyvimmin kenties alkoholipolitiikkaan – ja viestintäpolitiikkaan.

> Protektionismin avulla ei haluttu turvata vain elinkeinoelämän lyhyen aikavälin etuja, vaan kokonaisuuteen kuului ajatus kansan sivistystason kohottamisesta ja kansan tapojen sivistämisestä. Myös tämän pyrkimyksen kannalta oli välttämätöntä, että maan rajoja valvotaan ja ulkoa tulevia vaikutteita kontrolloidaan. Maan rajojen sisällä toteutettaville kontrolli- ja valistustoimille luotiin sitä kautta otolliset olosuhteet.[148]

Alasuutarin mukaan yhteiskunnallisissa keskusteluissa vedottiin aina 1960-luvulle asti aatteellis-moraalisiin periaatteisiin, kun taas vuosikymmenen loppupuolelta alkaen moraaliset periaatteet muunnettiin hyvinvointivaltiollisiksi mekanismeiksi, jotka edellyttivät yhteisymmärrystä yleisesti hyväksytyistä normeista ja pelisäännöistä sekä korporatiivista yhteistyötä eri puolueiden ja muiden osapuolten kesken. Silloin Suomi siirtyi ”moraalitalouden” aikakaudesta ”suunnittelutalouden” aikakauteen. 1980-luvulta alkaen taas käynnistyi siirtymä kohti ”kilpailutaloutta”, jossa valinnan ja kilpailuttamisen ihanteet sekä kansalaisuuden korvautuminen asiakkuudella ja kuluttajuudella asettavat aiemmat protektionistiset rakenteet kyseenalaisiksi.[149]

Viestintäpolitiikassa protektionismi näyttäisi luonnehtineen erityisesti moraalitalouden ja suunnittelutalouden aikakausia, jolloin se muodosti yhden yleisradiotoimintaa ohjaavista kivijaloista. Televisioaikakauden protektionismin kehityksessä erotan kolme vaihetta, joita voisi kutsua (1) *sivistyksellisen holhoamisen vaiheeksi* (1955–1965), (2) *politisoivan holhoamisen vaiheeksi* (1965–1980) ja (3) *kulttuurisen suojautumisen vaiheeksi* (1980–1995). Vaiheista ensimmäinen näyttäisi osuvan Alasuutarin jaottelussa moraalitalouden, toinen suunnittelutalouden ja kolmas kilpailutalouden kauteen. Suhteessa Silvon viestintäpolitiikan kehitystä kuvaavaan jaotteluun[150] sivistyksellinen holhoaminen näyttäisi käyvän yksiin monopolisoivan kauden, politisoiva holhoaminen politisoivan kauden ja kulttuurisen suojautumisen vaihe ratkaisuja hakevan kauden kanssa. 2000-luku jää jaksotuksen ulkopuolelle, koska pidän kyseenalaisena, voidaanko enää lainkaan puhua kulttuurisesta protektionismista.[151]

Voisi kuvitella, että protektionismi yleisradiopolitiikassa viittaa yksinomaan ohjelmapolitiikkaan ja esimerkiksi pyrkimykseen karsia pois ei-toivottuja ohjelmasisältöjä. Näin ei kuitenkaan ole. Kulttuurisessa protektionismissa on ollut myös rakennepoliittinen ulottuvuutensa: pyrkimys vaikuttaa viestinnän rakenteisiin siten, että suojautuminen on mahdollista. Esimerkin tarjoaa Yleisradion monopolin pitkään jatkunut puolustaminen. Alasuutari huomauttaakin, että yleisradiopolitiikan 1980-luvulle kestänyt perusjäsennys oli ”valtiokeskeinen (mutta ei kokonaan valtiollinen) viestintäpoliittinen järjestelmä”, jossa ”koko kansan yhteisiä etuja vastaava televisio saadaan aikaan tiukalla toimilupapolitiikalla ja julkisella sääntelyllä, joka perustuu demokraattiseen politiikkaan”.[152] Sen vastakohtana näyttäytyi salliva toimilupapolitiikka, joka taloudellisten mekanismien johdosta olisi johtanut ei-toivottuun harvainvaltaan, kaupallisten erityisintressien säätelemään televisiotoimintaan.

Sivistyksellistä holhoamista. – Yleisradiotoiminnan ideologiaan on alun alkaen kuulunut pyrkimys edistää yleisönsä, kansalaisten, sivistystä. Se näkyi selvimmin

yhtiön toimiluvassa, jonka kolmannessa kohdassa perinteisesti edellytettiin seuraavaa:

> Yleisradio-ohjelmien tulee olla vaihtelevia, sisällöltään ja esitykseltään arvokkaita, asiallisia ja tasapuolisia sekä myös sopivaa ajanvietettä tarjoavia. Niiden järjestämisessä on pyrittävä kansansivistyksen edistämiseen ja hyödyllisten tietojen ja uutisten toimittamiseen ottamalla samalla huomioon, ettei kenenkään oikeutta loukata.[153]

Kansansivistyksen edistäminen ja esitysten arvokkuus olivat yleisradiopoliittisen ideologian radioaikakaudelta perittyä ydintä. Pyrkimystä on kuvattu laajemminkin julkista yleisradiotoimintaa luonnehtivaksi autoritaariseksi *paternalismiksi*, joka ikään kuin yleisöä yläpuolelta ohjaten yrittää määrätä, mitä sille pitää tarjota.[154] Ensimmäisiä televisiovastaanottimia viritettäessä ja vielä pitkään sen jälkeenkin yleisradiotoiminta nähtiin sivistyksellisenä ja siveellisenä voimavarana, jota haluttiin varjella viekottelevalta *kaupallisuudelta*. Uhaksi nähtiin tässä ajattelussa myös *ulkomaisuus*, sillä kaupallisuus yhteisiä etuja ajavan television vihollisena koettiin nimenomaan tuontitavaraksi.

Kaupallisuuden pelkoa ilmensi sattuvasti Yleisradion johdon kiusaantunut kiertely televisiotoiminnan rahoituslähteiden ympärillä. Esimerkiksi kun Yleisradion johtokunta vuoden 1956 joulukuussa oli taipunut osittaisen mainosrahoituksen kannalle, se halusi kuitenkin suojautua mainonnan saastuttavalta vaikutukselta. Siksi se ehdotti, että mainonta pitäisi sijoittaa erillisiksi jaksoiksi ohjelma-aikaan, jolloin yhtiön ”ei tarvitse muuttaa ohjelmarakennettaan mainonnan vaatimusten mukaan eikä mainonnan siten tarvitse vaikuttaa ohjelman tasoon”.[155] Tässä nähdään, kuinka kulttuurinen protektionismi yhdistyi rakennepoliittiseen ratkaisuun. Myös Wäinö Häkkisen johtama yleisradiolainsäädäntökomitea halusi varjella ”kevyiltä show-ohjelmilta ja epämääräisiltä kilpailuilta” ja oli huolissaan siitä, kuinka mainosten sisällyttäminen ohjelmiin saattaa ajaa Yleisradion tinkimään ohjelmiston sivistyksellisestä luonteesta ja muuttamaan sitä pelkän ajanvietteen suuntaan ja ”laajojen kuuntelija- ja katsojamassojen suosion tavoitteluun”.[156]

Paternalistisen yleisradioideologian taustalla näkyy elitistinen ja hierarkkinen kulttuurikäsitys ja ideologista kahlehdintaa, joka pyrki hillitsemään kansanomaisen populaari- tai massakulttuurin nousua. Sota-aika ja 1950-luku olivat lisänneet erilaisten suosikkiohjelmien tarjontaa Yleisradiossa, mutta kulttuurieliitti halusi pyristellä viihdeaaltoa vastaan, mikä ilmeni vuosikymmenelle muutenkin tyypillisissä lukemattomissa ”kulttuurisodissa”, joissa vastakkain olivat korkeakulttuuri ja rillumarei.[157] Osittain tämän vastakkainasettelun seurauksena Yleisradion ja Mainos-TV:n välille alkoi jo varhain muodostua työnjako, jossa edellinen nojasi pää-

sääntöisesti yleisön informoimiseen ja jälkimmäinen sen viihdyttämiseen. Mainos-TV oli paitsi keino pestä kätensä likaisesta mainosrahasta myös keino saada itse pitäytyä vain ”arvokkaamman” ohjelmiston tuottamisessa.[158]

Politisoivaa valvontaa. – Viestintäpolitiikan politisoivalla kaudella, 1960-luvun puolivälistä alkaen, ideologiset erimielisyydet yleisradiolaitoksen tehtävistä ja asemasta kärjistyivät ”informaatiosodaksi”. Siltä osin kuin yleisradiopoliittiseen keskusteluun ja päätöksentekoon sisältyi yleisön varjeluun ja sivistämiseen tähtääviä holhoavia, jopa sensuuriin pyrkiviä, tavoitteita, nekin näyttivät ideologisoituvan ja puoluepolitisoituvan. Huoli kohdistui nyt yhtäältä ohjelmiston *poliittisuuteen* – tai sisältöihin, jotka haluttiin tulkita poliittisiksi –, toisaalta taas yleisradio-ohjelmiston *kaupallisuuteen*, jota pidettiin yleisön kannalta vahingollisena.

Reporadion aikakautta on usein syytetty yksisilmäisen vasemmistolaiseksi tai jopa kumoukselliseksi,[159] mutta silloin jää huomaamatta, kuinka se monessa mielessä vain jatkoi kansanvalistusajattelun perinnettä. Ilkka Heiskasen mukaan kyse oli suorastaan ”kansanvalistuksellisuuden ja poliittisuuden vaihtelun korkeammantasoisesta synteesistä”.[160] Kun informatiivinen ohjelmapolitiikka otti tavoitteekseen ”oikeisiin tietoihin ja tosiasioihin perustuvan maailmankuvan tarjoamista, kuvan, joka muuttuu sitä mukaa kuin maailma muuttuu ja kun tietomme siitä lisääntyvät, muuttuvat ja täydellistyvät”,[161] oli kyse pohjimmiltaan varsin liberaalista, ei suinkaan vasemmistolaisesta, päämäärästä. Reporadio ei kuitenkaan yrittänyt varjella katsojia ja kuuntelijoita, vaan pikemminkin herätellä heitä maailman muutokseen. Ohjelmatoiminnassa se ilmeni uutis- ja ajankohtaistoiminnan aktivoitumisena sekä yrityksenä tuottaa myös teatteri- ja viihdeohjelmistoon yhteiskunnallista sisältöä. Radion puolella ihanteeksi nostettiin ”integroitu sävelradio”, jossa samaan ohjelmaan mahdutettiin mahdollisimman erilaisia musiikinlajeja, ja juonnetut musiikkimakasiinit, joissa musiikki ja keskustelu yhdistyivät.[162]

Jos hallintoneuvoston marraskuussa 1967 hyväksymästä ohjelmatoiminnan säännöstöstä (OTS) jotain voidaan lukea, niin ainakin pyrkimyksen tulkita toimiluvan Yleisradiolle asettamia vaatimuksia ohjelmatoimintaa vapauttavalla tavalla. Esimerkiksi asiallisuuden OTS määritteli pyrkimykseksi tehdä selvä ero tosiseikkojen selostamisen ja mielipiteiden esittämisen välillä, mikä on nykyaikaisen journalismin ideologialle ominainen tavoite. Puolueettomuuden vaatimus puolestaan tuli täyttää ohjelmatoiminnan kokonaisuuden tasolla, ei välttämättä yksittäisessä ohjelmassa.[163]

Kulttuurisen protektionismin piirteitä on kuitenkin siinä, miten ”älylliseen aktivointiin” tähdännyt ohjelmapolitiikka halusi varjella yleisöä kaupallisuuden vaikutuksilta:

Kaupallisuuden vaikutus ohjelmatoimintaan on siten ollut yhdenmukaistava ja enemmistön oletettuun tai todelliseen makuun sopeuttava. Kaupallinen ohjelmatoiminta on muovautunut jäykistyneitä yhteiskunnallisia arvoja säilyttäväksi, muutosta vastustavaksi.[164]

Viimeistään tässä vaiheessa kaupallisesta televisiosta tuli suomalaisen televisiokulttuurin vähemmän arvostettu osapuoli, ”toinen”, jota julkisuudessa usein arvioitiin lähtökohtaisesti huonompana kuin Yleisradion edustamaa valtiollista televisiota. Iiris Ruoho onkin puhunut ”televisioarvostelun kaksoisstandardista”:

Suomalaisessa televisiokulttuurissa normina on pitkään ollut julkisen palvelun televisio, jota vasten kaupallista televisiota on arvioitu. Kaupallinen televisio on ollut eräänlainen suomalaisen television ”sisäinen toinen”, joka on saanut samalla edustaa myös amerikkalaisuutta.[165]

Esimerkiksi tv-kriitikot olivat sidoksissa julkisen palvelun television edustamaan kulttuuriseen muotoon, jonka paradigmaattiseksi ilmaisutavaksi Ruoho nimeää journalismin, yleisötyypiksi kansalaisen ja ohjelmapolitiikaksi informoinnin – vastakohtana kaupallisen television kuluttajahakuiselle ja viihdyttävälle ohjelmistolle.[166]

Yhden esimerkin yrityksestä suojella yleisöä kaupallisen television maailmankuvalta tarjoaa Yleisradion ”ohjelmatoiminnan tarkkaajien” 1969 laatima raportti television sarjafilmiohjelmistosta, joka ilmestyi myös kirjana nimellä *Sarjafilmien maailmat*. Sen johtopäätös oli, että ohjelmistossa olleista ”sarjafilmeistä vain muutamat harvat täyttivät ohjelmatoiminnalle asetetut ja ohjelmatoiminnan säännöstössä ilmaistut tavoitteet”. Tekijöiden mukaan ohjelmissa esiintyvät ympäristöt, asenteet, ristiriidat ja niiden ratkaisutavat olivat yksinkertaistettuja, staattisia ja todellisuuspakoisia. Vain harvoista sarjafilmeistä he löysivät pyrkimystä ”oikeisiin tietoihin ja tosiasioihin perustuvan maailmankuvan” välittämiseen. Joan Harmsin ja kumppaneiden mielestä sarjafilmien maailmat edustivat ”maailmankatsomuksellista yksipuolisuutta”.[167]

Kuten tunnettua, suurta osaa yleisöstä ja poliitikoista informatiivinen ohjelmapolitiikka ei miellyttänyt, mikä johti lopulta Revon siirtämiseen ensin radion johtajaksi ja sittemmin erottamiseen. Pääjohtajaksi hänen tilalleen nousi sosiaalidemokraatteja edustanut Erkki Raatikainen, joka lakkautti ”punaisuuden” mutta jonka aikana politisoivat tulkinnat samalla kärjistyivät. Yleisradion ja koko yleisradiotoiminnan 1970-lukua leimasikin Salokankaan mukaan ”kaikenkattava puoluepolitisoituminen”, joka ulottui uutistoimituksen toimittajanvakansseihin asti.[168] Kuvaavaa oli, että myös ohjelmatoiminnan säännöstössä puhe ”puolueettomuudesta” muutettiin ”tasapuolisuudeksi”, mikä nostettiin kaiken ohjelmatoiminnan



Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstön ensimmäinen laitos valmistui 1967. Se asetti yleisradiotoiminnan tavoitteeksi ”oikeisiin tietoihin ja tosiasioihin perustuvan maailmankuvan tarjoamisen”.

pääsäännöksi.[169] Politisoiva holhoaminen kohdistui nyt viestinnän ideologisesti ”loukkaavaan” sisältöön.

1970-luvun viestintäpoliittisissa keskusteluissa korostuikin paitsi tasapuolisuus myös ylivirittynyt parlamentaarisuus – ”pyhän Proporziuksen ja pyhän Byrokratiuksen varjot”.[170] Malliesimerkin tarjosi 1972 asetettu viestintäpoliittinen komitea, jonka enemmistö nosti yleisradiotoiminnan ”kansanvaltaisen valvonnan” johtotähdekseen. Se oli yhtäältä tapa yrittää minimoida kaupallisuuden haitat sekä toisaalta edistää suunnittelutaloudelle tyypillisiä kokonaisvaltaisen yhteiskuntakehityksen tavoitteita. Vastapuolen näkemyksissä holhoavaa keskittämistä yhteiskunnan haltuun puolestaan pidettiin viestinnän yhdenmukaistamisena, joka loukkasi yksilölähtöistä sananvapauskäsitystä. Liberalisoinnin puolestapuhujat pitivät holhoavana nimenomaan sitä, että yhteiskunta puuttuu sähköiseen viestintään sielläkin, missä se ei ole välttämätöntä.[171]

Kulttuurista suojautumista. – Kaupalliseen televisioon liitetty amerikkalaisuus oli nähty kulttuurisena uhkana viimeistään 1960-luvun lopulta alkaen,[172] mitä myös *Sarjafilmien maailmat* -raportti ilmensi. Viestintäpoliittisten keskustelujen protektionistinen teema sai kuitenkin uudenlaisen sävyn 1980-luvulle tultaessa. Siihen vaikutti toimintaympäristön muutos. Satelliittien käyttö tv-ohjelmien siirrossa oli jo vakiintunutta, ja kaapelitelevision uskottiin moninkertaistavan kapasiteettinsa, kun paikallisten verkkojen rakentamisessa otettaisiin käyttöön valokaapelitekniikka. Samoin odotettiin kokonaisia ohjelmistoja välittävien välityssatelliittien tai niitä

suoraan katsojien lautasantenneihin lähettävien yleisradiosatelliittien rynnäkköä. Jakelutekniikan uudet mahdollisuudet olivat avaamassa kuluttajille aivan uudenlaisia valinnan mahdollisuuksia. Se oli viestintäpolitiikan näkökulmasta myös ongelma. Kansallinen valvonta ei ulottunut niihin, ja myös rahavirroista yhä suurempi osa kulkeutuisi Suomen rajojen ulkopuolelle. Mitä pidemmälle vuosikymmen eteni, sitä suurempaa huolta kannettiin siitä, että mahdollisimman suuri osa sähköisestä viestinnästä olisi kotimaista. *Kotimaisuudesta* tuli keskustelujen pääteema.

Sen enempää Yleisradion yhtiöjärjestykseen kuin toimilupaan ei ollut liittynyt mitään ohjelmien kotimaisuutta korostavia eksplisiittisiä vaatimuksia, eikä sellaisia ollut sisällytetty myöskään sen Mainos-TV:n kanssa solmimaan perussopimukseen. Kansallisen kulttuurin suojelu ilmaantui teemana ensimmäisen kerran Perttusen komitean mietintöön 1984. Sen muotoileman lakiehdotuksen kahdeksas pykälä käsitteli yleisradio-ohjelmien yleisiä periaatteita ja nosti mielipiteiden moninaisuuden, molempien kieliryhmien tasapuolisen palvelun ja ohjelmiston monipuolisuuden rinnalle vaatimuksen huolehtia siitä, "että kansallisen kulttuurin edistämisen ja säilyttämisen kannalta riittävä osa yleisradio-ohjelmista on suomalaista alkuperää".[173]

Kiinnostavaa kyllä, vaatimusta ei mitenkään perusteltu eikä edes pohjustettu mietinnön tekstissä. Siitä huolimatta ehdotus kieli uudesta ajattelutavasta. Kotimaisuusvaatimus päätyi edelleen hallituksen kaapelitelevisiotoimintaa koskevaan lakiesitykseen, vieläpä samassa muodossa kuin komitea sitä oli ehdottanut.[174] Eduskuntakäsittelyssä vaatimus tarkentui 15–50 prosentin liukuvaksi kotimaisuuskiintiöksi, joka täsmennettäisiin erikseen jokaisen toimiluvansaajan kohdalla. Vaikka kotimaisen ohjelmiston vähimmäisvaatimus ei tullut koskemaan satelliittien välittämiä ulkomaisia kanavia, eduskunnan liikennevaliokunta tähdensi, että toimiluvan kotimaisuusvaatimuksen tulisi olla sitä suurempi, mitä enemmän operaattori aikoi ulkomaisia satelliittiohjelmistoja välittää.[175] Ulkomaisen kulttuuriteollisuuden ja satelliittien uhka nimettiin myös Kolmostelevision perustamisen päämotiiviksi. Osittain kaapelitelevision ympärillä samaan aikaan käydyn keskustelun ansiosta myös Kolmostelevision toimilupaprosessissa kotimaisuus nousi yhdeksi päävaatimukseksi, mihin jäljempänä palataan.

Kansallisen kulttuurin suojelun rinnalla 1980-luvulla lisääntyi *televisioväkivaltaa* koskeva keskustelu. Sitä siivittivät videonauhureiden nopea leviäminen ja videotallenteina levitettyjen elokuvien kasvava suosio. Jo 1983 eduskunta kielsi väkivaltakuvausten levittämisen videolla muuttamalla rikoslakia, mutta vasta 1987 säädettiin videolaki, joka sulki väkivaltaa ja seksiä sisältävät K-18-elokuvat kokonaan videomarkkinoilta.[176] Ratkaisu perustui siihen, että eduskunta samaisti korkeimman ikärajan alaiset elokuvat "väkivaltaviihteeseen", joka pääsääntöisesti oli kotoisin jostain Suomen rajojen ulkopuolelta. Näin väkivaltakeskustelukin sai kulttuurisen protektionismin piirteitä.

Yleisradio ja Mainos-TV olivat perustaneet jo 1966 yhteisen lautakunnan valvomaan elokuviensa sisältöä. Lautakunnan syntyyn vaikutti se, että Yleisradio oli vapautettu elokuvien ennakkotarkastuksesta ja vastasi siten paitsi omien ohjelmiensa myös Mainos-TV:n lähettämien elokuvien laadusta. Ennakkotarkastuslakia uudistettaessa eduskunta oli edellyttänyt, että Yleisradio kiinnittäisi huomiota valvontaan ja etenkin siihen, että "lapsille sopimattomien elokuvien esittäminen tulisi sijoittaa valvomisen kannalta edullisimpaan ajankohtaan".[177] Ohjelmatoiminnan säännöstöön mitään väkivaltapykälää ei kuitenkaan yrityksistä huolimatta onnistuttu lisäämään, vaan 1990-luvulle asti myös OTS viittasi ainoastaan mainitun lautakunnan olemassaoloon. Toisaalta MTV:llä oli jo 1970-luvulta alkaen oma väkivaltaisia kohtauksia koskeva säännöstönsä.[178]

Vasta maaliskuussa 1987 Yleisradion hallintoneuvosto hyväksyi väkivallan esittämistä koskevat ohjelmapoliittiset periaatteet, joissa edellytettiin, että sekä Yleisradio että MTV "tehostavat valppauttaan ns. toimintasarjojen ja jännityselokuvien valitsemisessa" ja erityisesti varovat tarjoamasta "väkivaltaisia käyttäytymismalleja". Samassa yhteydessä vahvistettiin, että lapsille sopimattomat ohjelmat tulisi sijoittaa alkavaksi vasta kello 21.00:n "vedenjakajan" jälkeen.[179] Se oli Yleisradion ja MTV:n vastaus yhteiskunnassa vallinneeseen tv- ja videoväkivaltaa koskeneeseen "moraaliseen paniikkiin". Väkivaltakeskustelu ei luonnollisesti lakannut pelisääntöjen syntymiseen, vaan debatti on herännyt aina aika ajoin uudelleen horroksesta, kun televisiokanavat ovat kokeilleet hyväksytyn käytännön rajoja.

YLEISRADIOPOLITIIKAN SUURET TEEMAT

Tässä jaksossa olen tarkastellut Suomen viestintäjärjestelmän demokraattis-korporatistista luonnetta sekä tarkastellut suomalaisen yleisradiopolitiikan historiaa 1950-luvulta 1990-luvulle asti. Kehitys voidaan jakaa Ismo Silvon (1988) erittelyn mukaisesti kolmeen jaksoon: (1) monopolisoivaan, (2) politisoivaan ja (3) ratkaisuja hakevaan kauteen. 1950-luvun lopulta alkaen maassa tehtyjä viestintäpoliittisia ratkaisuja ovat kuitenkin luonnehtineet neljä perusstrategiaa – (1) rakennepolitiikan korostuminen, (2) taloudellinen pragmatismi, (3) poliittiset kompromissit ja (4) kulttuurinen protektionismi –, jotka ovat saaneet eri kausilla hieman erilaisia tulkintoja ja painotuksia.

Monopolisoivaa kautta hallitsi rakennepoliittisessa mielessä ennen muuta kiista TES-TV:n ja sen seuraajan Tesvision olemassaolosta sekä Yleisradion voimakas pyrkimys saada takaisin menetetty monopoli. Taloudellinen pragmatismi ilmeni näkyvimmin siinä, millaisen käytännöllisen ratkaisun Yleisradio ja sen huomassa perustettu Mainos-TV kehittivät televisiotoiminnan rahoittamiseksi. Mainonta oli

Taulukko 2 Yleisradiopoliittisen keskustelun kantavat teemat 1955–1995

Yleisradiopolitiikan perusominaisuus	Monopolisoiva kausi (1955–1965)	Politisoiva kausi (1965–1975)	Ratkaisuja hakeva kausi (1980–1995)
Rakennepolitiikan korostus	Kiista Tesvision olemassaolosta	Kiista Mainos-TV:n olemassaolosta	Toimialarakenteen hallittu rakennemuutos
Taloudellinen pragmatismi	Mainonta taloudellisena pakkoratkaisuna	Mainonta taloudellisena realiteettina	Mainonta yleisradiotalouden ratkaisijana
Poliittiset kompromissit	Yhteisymmärrys Mainos-TV:n perustamisesta	Erimielisyys yleisradiolain-säädännön sisällöstä	Ratkaisujen hakeminen yksittäiskysymyksiin
Kulttuurinen protektionismi	Sivistyksen vaalinta	Kaupallisuuden torjunta	Ylikansallisen viihteen torjunta

taloudellinen pakkoratkaisu, jota ilman Suomen Televisio olisi viivästynyt entisestään. Aikakauden merkittävimmät poliittiset kompromissit koskivat juuri Mainos-TV:n perustamista ja asemaa, joskin myös Tesvision omistuksesta käydyssä kamppailussa haettiin puolin ja toisin mahdollisimman laajapohjaista kannatusta. Monopolisoivan kauden kulttuurinen protektionismi ilmensi paternalistista sivistysihannetta, jota kaupallisen television pelättiin uhkaavan.

Politisoivan kauden rakennepoliittinen pääkysymys koski vuorostaan Mainos-TV:n olemassaoloa. Yleisradion ja vasemmiston piirissä halu palauttaa Yleisradion yksinoikeus radio- ja televisiotoiminnassa eli yhä vahvana. Taloudellinen pragmatismi ajoi kuitenkin kaikki osapuolet tunnustamaan tv-mainonnan välttämättömyys taloudellisena realiteettina, jota ilman televisiotoiminnan kasvattaminen ei onnistuisi. Politisoivan kauden merkittävimmät poliittiset kompromissit olivat luonteeltaan ”negatiivisia”: koska yhteisymmärrykseen yleisradiolainsäädännöstä ei lukuisista komiteoista huolimatta päästy, edes lakiesityksiä ei tuotu eduskunnan käsiteltäväksi. Poliittiset asetelmat kärjistyivät asemasodaksi, jossa vallitsi poliittinen yksimielisyys lähinnä siitä, että olemassa oleva laki oli vanhentunut. Kulttuurinen protektionismi ilmeni korostuneena huolena kaupallisuuden ohjelmistoa yksipuolistavasta vaikutuksesta.

Ratkaisuja hakevalla kaudella alettiin purkaa vanhaa monopolihakuista toimialarakennetta myöntämällä toimilupia muun muassa paikallisradio- ja kaapelitelevisiotoimintaan. Toimialan liberalisoinnin huomattiin myös avaavan uusia taloudellisia mahdollisuuksia, mikä sitten konkreettisimmin ilmeni Kolmostelevision

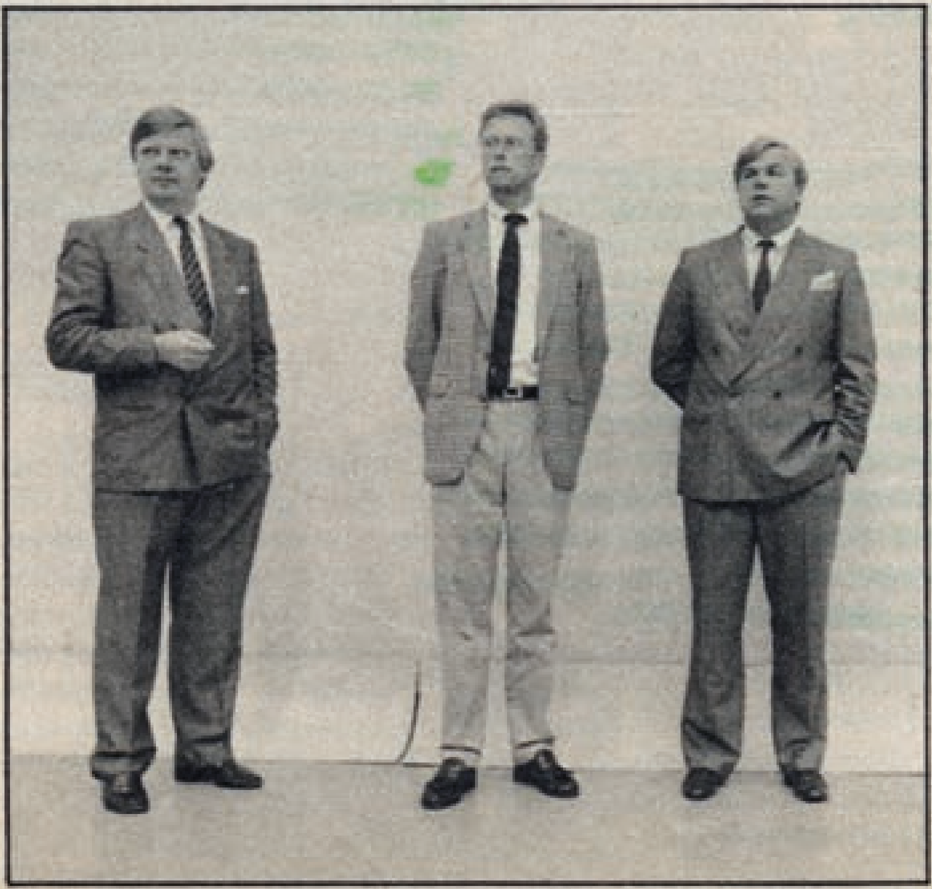
perustamisessa. Nyt mainonnasta tuli ei vain välttämätön paha, vaan suorastaan yleisradiotoiminnan taloudellisten pulmien ratkaisija. Kun aiemmin oli haettu poliittista yksimielisyyttä suurten viestintäpoliittisten kokonaisratkaisujen tekemiseen, 1980-luvulla huomio keskitettiin yksittäisiin osaratkaisuihin, jotka kaikki edellyttivät kaupankäyntiä ja kompromisseja poliittisten osapuolien kesken. Kulttuurinen protektionismi kohdistui nyt kaupallisuuden torjumisen sijasta ylikansallisten vaikutteiden ja väkivaltaisten sisältöjen torjumiseen ja vähitellen myös kotimaisen ohjelmatuotannon edistämiseen.

Tarkastelu osoittaa rakennepolitiikan hallinneen yleisradiopoliittisia keskusteluja pohjalla soivana kenraalibassona, joka on antanut merkityksen myös televisiotoiminnan rahoitusta ja televisiomainontaa koskevalle keskustelulle ja niitä koskeville poliittisille kompromisseille. Kolmoskanavaa koskeneet ratkaisut tehtiin rakennepolitiikan pitkän linjan hitaan muutoksen virrassa. Kysymys siitä, vallitsiko yleisradiotoiminnassa monopoli vai ei, ei ollut 1980-luvun puolivälissä enää yhtä akuutti kuin se oli ollut 1960- ja 1970-luvun poliittisissa kamppailuissa. Yleisradion monopoli oli 1980-luvun puoliväliin mennessä joka tapauksessa jo alkanut murentua, ensin MTV:n uutisten, sitten kaapelitelevision, satelliittikanavien ja paikallisradioiden myötä. Myös mainonta oli saanut salonkikelpoisen aseman yleisradiotoiminnassa, koska nähtiin, että sen avulla voitaisiin luoda uusia taloudellisia voimavaroja toimialalle. Yhä tärkeämmäksi Yleisradion puolustajien silmissä alkoi tulla sen *taloudellisten ja toiminnallisten etujen turvaaminen*. Liberalisoinnin edistäjien rakennepoliittinen huomio puolestaan kohdistui ennen muuta siihen, miten *yleisradiotoimiala saataisiin rakenteeltaan vahvaksi ja kannattavaksi*.

Yleisradiopolitiikka on yllä yritetty osoittaa tasapainoilun taiteeksi, jota on hallinnut pyrkimys kompromisseihin ja mahdollisimman laajaan yhteisymmärrykseen – ideologisista vastakkaisuuksista huolimatta. ”Yhteisen tahdon” ja ”yhteiskunnallisen kumppanuuden” ideologiat ovat korostuneet, koska yleisradiopolitiikassa on alusta alkaen, tietoisesti, yritetty ottaa huomioon niin valtiovallan kuin elinkeinoelämän edut, niin sanan- kuin elinkeinovapauden vaatimukset ja niin vasemmiston kuin oikeiston näkemykset. Toteutunut politiikka on seurausta keskinäisestä kamppailusta, etujen jakamisesta ja kompromisseista, joihin eri valtakoalitiot ovat keskenään päätyneet. Jos riittävää yksimielisyyttä ei ollut, ratkaisujakaan ei voitu tehdä. 1980-luvulle tultaessa viestintäpolitiikan ideologisten leirien aidat olivat kuitenkin madaltuneet keskustan ja sosiaalidemokraattien alettua kallistua maltillisen liberalisoinnin puolelle. Tämä muutos oli edellytys myös Kolmoskanavan kaltaiselle avaukselle.

Seuraavassa jaksossa siirryn viimein itse Kolmostelevisioon: sen perustamistilanteeseen, siihen erikoislaatuiseen omistajaryhmittymään, joka yhtiön ympärille muodostui, sekä kolmannen verkon toimiluvasta käytyyn kamppailuun, joka kärjistyi hyvin poliittiseksi.

Suosikkiohjelmat pysyvät kanavillaan



Kolmoskanavan kummisedillä ja heidän edustamillaan yhtiöillä on ollut kohtuullisen yhtenäinen työnäky. Tauno Äijälä, Arne Wessberg ja Jaakko Paavela uskovat myös uuteen kotimaiseen luovuuteen.



Suomen Kuvalehti luonnehti elokuussa 1986 MTV:n ohjelmajohtajaa Tauno Äijälää (vas.), TV1:n johtajaa Arne Wessbergiä ja MTV:n varatoimitusjohtajaa Jaakko Paavelaa ”Kolmoskanavan kummisediksi”.

EPÄTODENNÄKÖINEN YHTEENLIITTYMÄ

Edellinen jakso osoitti, että Yleisradion ja MTV:n väliset suhteet ja niitä koskeva viestintäpolitiikka olivat kaikkea muuta kuin mutkattomat. Siitä huolimatta yhtiöt päättivät 1980-luvun puolivälissä yhteistuumin perustaa Kolmostelevision vastaamaan uuden, kolmannen televisioverkon ohjelmatoiminnasta. Aikakautta on edellä luonnehdittu ratkaisuja hakevaksi. Tässä jaksossa keskitytään siihen, miten ja miksi ajatus kolmannesta televisiokanavasta syntyi, miten kanavahanketta valmisteltiin omistajayhtiöissä sekä millainen toimilupakilpailu ja poliittinen kiista hankkeen johdosta muodostui. Käsillä olevassa luvussa tarkastelen aluksi lyhyesti Suomen sähköisen viestinnän kehitystä 1980-luvulla ja maan poliittis-taloudellista tilannetta. Sen jälkeen paneudun Yleisradion ja MTV:n suhteisiin sekä niiden ja myös Nokian etunäkökohtiin kolmoskanavaa perustettaessa. Miten oli mahdollista, että niinkin epätodennäköiset yhtiökumppanit löysivät toisensa?

VALINNAN AIKAKAUSI

Brittiläinen tutkija John Ellis on jakanut television historian kolmeen vaiheeseen: (1) niukkuuden, (2) saatavuuden ja (3) yltäkylläisyyden aikakausiin. Niukkuuden aikakaudella koko kansakunta katsoi yhtä tai kahta saatavilla olevaa kanavaa, jotka tarjosivat ohjelmaa muutaman tunnin päivässä. Saatavuuden aikakaudella merkittävällä osalla väestöä oli mahdollisuus katsoa jo useampia kanavia ja siten erilaisia vaihtoehtoja joka hetki. Yltäkylläisyyden aikakausi tarkoittaa tilannetta, jossa rajattomien mahdollisuuksien johdosta katselu ei enää ole sidoksissa tv-kanavien ohjelmakaavioihin tai aikatauluihin.[1]

Suomessa televisiotoiminta alkoi myöhemmin kuin Britanniassa, mutta jo miltei alusta alkaen siihen liittyi kilpailua ja peräti kaksi kanavaa. Siitä huolimatta niukkuutta jatkui aina 1980-luvulle asti, jolloin Kolmostelevisio, satelliitti- ja kaapelikanavat sekä video ratkaisevalla tavalla lisäsivät katsojien vapausasteita – vapauttamatta heitä kuitenkaan vielä ohjelmantarjoajien talutusnuorasta. Jukka Kortin tapaan lieneekin osuvampaa kutsua 1980-luvulta 2000-luvun alkuun jatkunutta vaihetta *valinnan aikakaudeksi*.[2] Termi ilmentää paremmin television muutosta yleisön kannalta kuin suora suomennos, saatavuuden aikakausi, ja korostaa juuri sitä, kuinka valinnan mahdollisuudet moninkertaistuivat ja katsojakunta alkoi eriytyä omien suosikkiohjelmiensa pariin. Yhä suurempi osa vapaa-ajasta kului television ääressä. Yltäkylläisyyden aikaan suomalainen televisio alkoi sitten siirtyä digitalisoinnin myötä, jolloin yhä selvemmin ensisijaisesti kuluttajien kysyntään perustuva monikanavatelevisio tuli kaikkien saataville.[3]

Valinnan aikakauden näkökulmasta Kolmoskanava oli suomalaiskansallinen vastaus ns. uustelevision haasteeseen.[4] Eri puolilla Länsi-Eurooppaa televisioon tuli uusia kaupallisia toimijoita, sellaisia kuin Silvio Berlusconi Italiassa, Ranskassa ja Espanjassa, Rupert Murdoch Britanniassa ja Leo Kirch Saksassa. Kuvaruudun uudet valtiaat pyrkivät levittämään vaikutusvaltaansa satelliittien ja kaapelien kautta yli kansallisten rajojen. Suomessa HTV oli aloittanut satelliittikanavien jakelun 1982, jonka jälkeen Music Box, Sky Channel ja Super Channel ilmestyivät suomalaistenkin olohuoneisiin. HTV tarjosi myös paikallisohjelmaa ja sarjafilmejä sekä maksua vastaan elokuvia ja urheilua. Vuonna 1985 kaapelitelevisio tavoitti 210 000 kotia, ja määrän arvioitiin kolminkertaistuvan vuosikymmenen loppuun mennessä. Yhä useampaan kotiin hankittiin toinen tv-vastaanotin. Joka kolmannen kodin tv-nurkassa pyöri myös videonauhuri, ja videovuokraus ohitti jo elokuvateatterien liikevaihdon. Nauhuri mahdollisti televisio-ohjelmien nauhoittamisen, kelaamisen, lainaamisen ja kopioinnin sekä synnytti kultti- ja fanikatselua. Kun katselu ei ollut enää riippuvaista kahden pääkanavan lähetysajoista, yleisön valinnan mahdollisuudet lisääntyivät, mikä ruokki aiempaa kulutuskeskeisempää televisiokulttuuria. Lopusta huolehti 1980-luvun kuluessa yleistynyt kaukosäädin, joka antoi katsojalle vallan päättää, katsoisiko ohjelmaa vai vaihtaisiko kanavaa.[5] (Kuvio 4.)

Tekniikan kehitys tapahtui kulttuurisen ja sosiaalisen kehityksen rinnalla. Televisioyleisön rakenteessa tapahtui hidas mutta johdonmukainen rakennemuutos. Vanhempien ikäryhmien osuus katsojista lisääntyi koko ajan, samoin yleisön koulutustaso. Samalla katselutottumukset alkoivat enenevästi eriytyä. Television yleisötutkimus osoitti, että uusi keskiluokka suosi eri ohjelmia kuin työväestö, kaupunkilaiset toisia kuin maaseudun asukkaat, miehet toisia kuin naiset, nuoret eri ohjelmia kuin aikuisväestö. Kaapelitelevisio edesauttoi television parissa viihtyvän viihdehakuisen katsojaryhmän kasvua.[6] Kansainvälisen kulttuuriteollisuuden vai-

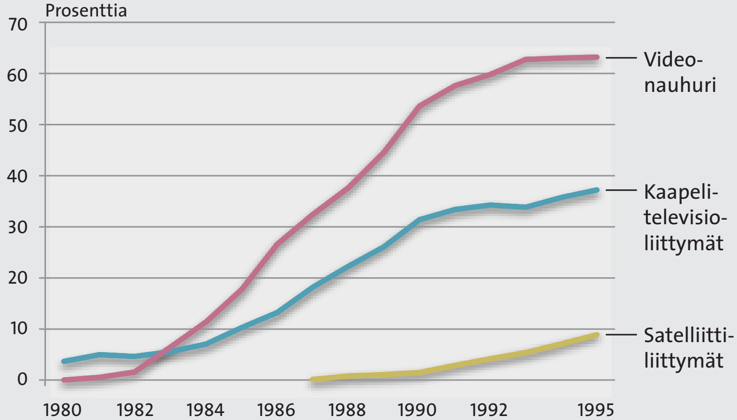
kutus nuoremman katsojapolven mieltymyksiin alkoi näkyä yhä selvemmin samalla, kun vanhempi katsojapolvi yhä kaipasi televisiolta kansallista kansankulttuuria. Ilkka Heiskasen mukaan suomalainen televisiojärjestelmä, YLEn ja MTV:n muodostama ”suomalainen network”, ei palvellut uutta sukupolvea. Hän ennustikin, ettei ”ritari Ässän sukupolvi” enää aikuistuttuaan palaisi ”perinteisten suosikkiohjelmien pariin” vaan vieraantuisi kokonaan kaapelilähetysten ja videoiden äärelle, jolloin perinteinen yleisradiotelevisio taantuisi ajanvietekulttuurin, uutis- ja ajankohtaisohjelmien sekä kansanvalistusohjelmien ”kolmoisslummiksi”.[7]

Samaa huolta tunnettiin myös Yleisradiossa. Esimerkiksi maaliskuussa 1984 hyväksytyssä yhtiön talous- ja toimintasuunnitelmassa ennakoitiin välityssatelliittien jakamien kansainvälisten ohjelmistojen merkityksen kasvavan kaapelitelevision tarjonnassa: ”Kotimaisen ohjelmiston ohella katsojille tulee mahdolliseksi valita yhä useammin ulkomaisia vaihtoehtoja.” Lisääntyvä kilpailu ohjelmistosta nostaisi hintatasoa ja pakottaisi Yleisradion kilpailemaan voimavaroiltaan mittavien monikansallisten yhtiöiden kanssa.[8] Vuotta myöhemmin Yleisradio päätteli uusien jakeluteiden tavoittelevan viihteellisellä tarjonnallaan yhtäältä suuria alueellisia yleisöjä ja toisaalta tarkasti rajattuja kohdeyleisöjä. Ohjelmistokilpailun yhtiö kuitenkin näki kohdistuvan ennen muuta MTV:hen ja Yleisradion osalta lähinnä fiktioon (elokuvat ja sarjat) ja ajanvieteohjelmiin (urheilu, viihde ja kevyt musiikki).[9] Yhtiö ymmärsi, että sen tulisi varautua lisääntyvään kilpailuun tarjoamalla siihenastista enemmän suurta yleisöä houkuttelevaa ohjelmistoa.

Orastava kilpailu ilmeni myös siinä, että ohjelmien katsojalukuihin alettiin kiinnittää yhä suurempaa huomiota. Katselua oli Suomessa tutkittu jo vuodesta 1960 alkaen, mutta menetelmä perustui päiväkirjojen käyttöön. Alkuaikoina mittausta teki Suomen Gallup Oy Yleisradion ja Mainos-TV:n tilauksesta, mutta 1966 yhtiöiden tiet tutkimustoiminnassa erkanivat, ja Yleisradio alkoi tilata omat indeksitutkimuksensa Tilastokeskukselta, Mainos-TV taas Marketing Radar Ltd:ltä ja sittemmin Finnpanel Oy:ltä. Yhteiseen Finnpanelilta tilattuun katsojamittaritutkimukseen yhtiöt palasivat 1987. Aluksi tv-mittarit pystyttiin asentamaan noin 400 talouteen, joissa mittari rekisteröi ja tallensi, perheenjäsenten avustuksella, kanavavalinnat minuutin tarkkuudella.[10] Tv-yhtiöille mittaritutkimus tarjosi aivan uusia keinoja seurata katsojien mieltymyksiä, koska katselusta kootut ns. yliyönraportit olivat tilaajien työpöydällä jo seuraavana aamuna. Täsmällisyyttä huokuvat mittarilukemat tarjosivat tv-yhtiöille keinon arvioida suoriutumistaan, menestystään markkinoilla, mutta pelkistetty numerotieto kiihdytti myös julkisuuden kiinnostusta katsojamääriin. Sekä poikkeuksellisen suurista katsojaluvuista että ohjelmien suosion romahduksista alkoi tulla lehtien tavanomaista uutisainesta.[11]

Television kasvavan suosion ja lisääntyvän valinnan paradoksaalinen seuraus oli, että ohjelmien keskimääräiset katsojaluvut kääntyivät 1980-luvulta alkaen las-

Kuvio 4 Kaapeli- ja satelliittitelevisioliittymien ja videonauhurin levinneisyys 1980–1995



Lähde: Joukkoviestintätilasto 1989, 143; Joukkoviestintätilasto 1991, 40; Joukkoviestimet 1998, 130.

kuun – joskaan luvut eivät ole mittausmenetelmän muuttumisen vuoksi täysin vertailukelpoisia. 1970-luvun loppupuolella katsotuimmat ohjelmat keräsivät runsaan kolmen miljoonan mutta vuosikymmen myöhemmin enää kahden miljoonan yleisöjä. Katsojasuosikkien luonne sen sijaan ei muuttunut: kärjessä olivat muutamat kotimaiset viihdeohjelmat, uutislähetykset tai kansallisesti merkittävien urheilutapahtumien televisioinnit. Pysyvä asema katsotuimpien ohjelmien joukossa oli vuotuisilla rituaaleilla, kuten itsenäisyyspäivän vastaanotolla, Miss Suomi -kilpailulla ja Eurovision laulukilpailulla.[12]

Kolmoskanavaa voi hyvällä syyllä pitää paitsi valinnan aikakauden keksintönä myös ”kasari-ilmiönä”, 1980-luvun henkisenä tuotteena. Kolmostelevisio amerikkalaisine sarjoineen, räikeine elokuvineen ja viihdeohjelmineen myötäili hyvin aikakauden populaarikulttuurin valtavirtaa, jossa maailma tanssi Michael Jacksonin ja Suomi Dingon tahdissa ja jossa television ulkomaisia suosikkeja olivat *Dallas*, *Dynastia*, *Miami Vice* ja *Ritari Ässä*, kotimaisia taas *Hukkaputki*, *Velipuolikuu* ja *Napakymppi*. Emotionaalisia samaistumiskohteita alettiin etsiä saippuaoopperoista, ja viihdeohjelmista tuttujen hokemien opettamana puoli Suomea kyseli, ”onks Viljoo näkyny”, tai oli Nasse-sedän tapaan ”hyvin hyvin vihainen”. 1980-luku oli televisioviihteen kulta-aikaa, jolloin rahaa ei säästetty. Kyse ei ollut vain viihteellistymisestä vaan myös televisiojulkisuuden intimisoitumisesta, jonka seurauksena alettiin arvioida uudelleen, millaisia asioita televisiossa sai käsitellä, kuka sai esiintyä ja miten

piti puhua. Samanlainen kulttuurisen ”nuorennusleikkaus” tapahtui myös radiossa ja aikakauslehdistössä, kun vuonna 1985 perustetut Radio City ja muut suurten kaupunkien paikallisradiot täyttivät eetterin rockilla ja kun *City*-lehti ja *Image* alkoivat levittää uudenlaista puhe- ja vapaa-aikakulttuuria.[13]

VAPAUTUMISEN TUULET

Ulko- ja talouspoliittisesti aikakautta luonnehtii vuosikymmenen puolivälissä alkanut Suomen ”lännettyminen”. Se tarkoitti vähittäistä irtautumista Neuvostoliiton vaikutuspiiristä ja aiempaa syvempää osallistumista Länsi-Euroopan integraatioon. Perestroika itärajan takana helpotti ulkopoliittista asemaa, ja Suomi saattoi alkaa opetella läntisen demokratian aakkosia. Vuoden 1986 alusta lukien Suomesta tuli EFTAn täysjäsen, ja toukokuussa 1988 Suomi viimein ilmaisi viimein halukkuutensa liittyä Euroopan Neuvostoon. Lännettymisen rinnalla 1980-luku muistetaan talouskasvun ja talouden liberalisoinnin käynnistäneenä vuosikymmenenä. Teollisuuspolitiikassa alettiin uskoa tietotekniseen osaamiseen. Nokia ja muut suuryritykset tekivät yritysostoja enenevästi ulkomailla.[14]

Kurssinmuutos kohti kilpailutaloutta alkoi vuosikymmenen jälkipuoliskolla, kun rahoitusmarkkinoiden säännöstelyä alettiin purkaa ja alkoi ”kasinotalouden aika”. Euroopan integraatiokehityksen ja globalisoituvan talouden paineen alla ryhdyttiin uudistamaan muun muassa kilpailulainsäädäntöä. Kaikkinainen kilpailun edistäminen nostettiin nyt poliittisesti korrektiksi tavoitteeksi. Lainuudistusta valmistellut komitea katsoi, että ”terve ja toimiva taloudellinen kilpailu on sekä julkisen vallan että elinkeinoelämän itsensä toteuttamaa sääntelyä suotuisampi hyödykkeiden tuotannon ja jakelun organisoinnin ja taloudellisten resurssien kohdentamisen mekanismi”.[15] Valtion rooliksi alkoi hahmottua markkinoiden kilpailuedellytysten turvaaminen, kilpailun pelisääntöjen laatiminen ja niiden noudattamisen valvonta. Julkishallinnon ”paisumisen” arvostelu yltyi, ja byrokraattisten rakenteiden tilalle alettiin hahmotella markkinoihin perustuvaa järjestelmää, joka tuottaisi aiempaa tehokkaammin ja joustavammin asiakkaiden tarvitsemat palvelut. Yksi askel liberalisoinnin tiellä oli myös vuonna 1987 säädetty laki valtion liikelaitoksista, jonka seurauksena Posti- ja telelaitos (PTL) ja Valtion rautatiet (VR) liikelaitostettiin 1990. Samana vuonna päättyivät teleliikenteessä PTL:n ja alueellisten puhelinyhtiöiden monopolit ja Radiolinja Oy pääsi rakentamaan kilpailevan matkapuhelinverkon.[16]

Myös poliittisesti Suomi muuttui 1980-luvulla dramaattisesti. Perinteiset luokkajakoon perustuneet puolueasetelmat alkoivat murtua. Urho Kekkosen neljännesvuosisadan kestänyt kausi tasavallan presidenttinä päättyi syksyllä 1981. Hallituspohja oli vuodesta 1966 alkaen nojannut keskustan ja sosiaalidemokraattien

muodostamaan koalitioon, mutta 1980-luku oli sisäpolitiikassa nimenomaan sosiaalidemokraattien valtakautta, vaikka eduskunta olikin porvarienemmistöinen. SPD nousi vaaleissa säännöllisesti suurimmaksi puolueeksi, ja sen valtaa pönkittivät myös Mauno Koiviston nousu presidentiksi ja puheenjohtaja Kalevi Sorsan johtamat kaksi peräkkäistä hallitusta. Jälkimmäiseen mukaan pääsi ensi kertaa myös Pekka Vennamon johtama Suomen Maaseudun Puolue (SMP). Sorsan ohella hallituksen vahvoja miehiä olivat ulkoministerinä toiminut keskustan puheenjohtaja Paavo Väyrynen ja oikeusministeriksi nostettu Ruotsalaisen Kansanpuolueen (RKP) puheenjohtaja Christoffer Taxell. Viestintäasioita valmisteli aluksi sosiaalidemokraatteja edustanut liikenneministeri Matti Puhakka, jonka tilalle 1984 astui hänen puoluetoverinsa Matti Luttinen.[17]

Vuoden 1987 vaalien seurauksena perinteinen punamulta vaihtui upouuteen sinipunaan. Huolimatta kuuluisasta ”kassakaappisopimuksesta”, jolla maahan yritettiin muodostaa porvarihallitus, presidentti Koiviston johdolla syntyikin kokoomusta edustaneen Harri Holkerin johtama koalitio, johon Sorsa tuli nyt ulkoministeriksi ja Vennamo liikenneministeriksi. Neljä vuotta myöhemmin oli keskustan vuoro muodostaa hallitus kokoomuksen kanssa, nyt Esko Ahon johdolla. Sorsan neljännestä (1983–1987) alkaen Suomen hallitukset ovat olleet koko vaalikauden tehtävässään jatkaneita vahvoja enemmistökoalitioita, joilla on ollut hyvät edellytykset toteuttaa hallitusohjelmiaan ja erinomaiset mahdollisuudet saada esityksensä hyväksytyiksi myös eduskunnassa.[18]

Lännettymisen ja liberalisoinnin virrassa myös poliittinen journalismi halusi korostaa itsenäisyyttään ja muuttui kriittisemmäksi, mitä *Ilta-Sanomien* ja *Iltalehden* vuonna 1980 alkanut kilpailu sekä seuraavana syksynä alkanut Yleisradion ja MTV:n uutisten kilpailu ruokkivat. Tyylillistä mallia tarjosi myös 1981 julkaistu pamfletti *Tamminiemen pesänjakajat*. Yleisradion neuvotteluasemaan yhteiskunnassa vaikuttivat merkittävästi presidentti Koiviston kanssa käyty ns. sitaattikiista sekä ennen muuta pääministeri Sorsan kimpaantuminen valtiolliselle yleisradioyhtiölle.[19]

Kesän 1984 puoluekokouksen päätteeksi pitämässään ns. infokratiapuheessa Sorsa syytti viestimiä siitä, että ne ovat nousseet määräämään yleisön todellisuudesta koskevista käsityksistä. Niinpä parlamentaarisen demokratian haastajaksi olikin noussut infokratia, jolle Sorsan mukaan oli ominaista ”suuri epä-älyllisyys, yhteiskunnallisten ja muidenkin ongelmien pohdiskelun välttely, poliittisten kysymysten kääntäminen henkilökysymyksiksi sekä omaan toimintaansa kohdistuva täydellinen kritiikittömyys”.[20] Jo huhtikuussa Sorsa oli vaatinut TV1:n *A-studion* lähetyksessä Yleisradiolta suurempaa ymmärtämystä hallitusta ja ylipäänsä politiikkaa kohtaan. Piikittely jatkui vielä keväällä 1986, kun viestimet olivat arvostelleet viranomaisia ja sisäministeri Kaisa Raatikaista Tšernobylin ydinvoima-

laonnettomuutta koskevien tietojen salaamisesta.[21] Kolmannen televisiokanavan perustamisen kannalta ajankohta oli merkittävä, sillä samaan aikaan, kun pääministeri moitti Yleisradiota, hallitus käsitteli sen Kolmostelevisiota koskevaa toimilupahakemusta.

PUOLUEIDEN VIESTINTÄPOLITIIKKA

Puolueiden ohjelmiin ilmaantui 1980-luvulle tultaessa entistä suorempia lausumia, jotka puolsivat viestinnän rakenteiden vapauttamista. Liberalisointi oli perinteisesti ollut oikeistopuolueiden ohjelmassa. Oppositiossa pitkään ollut kokoomus oli jo 1960-luvulta alkaen kyseenalaistanut Yleisradion monopolin ja liputtanut viestinnän vapauden puolesta,[22] mutta viestintämaiseman nyt muuttuessa sen kannanottoihin tuli enemmän pontta. Puoluevaltuuston huhtikuussa 1985 hyväksymässä viestintäpoliittisessa ohjelmassa esimerkiksi tunnustettiin Yleisradion erityisasema, mutta samalla katsottiin, että myös "muilla toimiluvan hakijoilla (esim. MTV Oy:llä) tulee olla yhtäläinen oikeus saada oma toimilupa" ja ettei esimerkiksi kaapelitelevisiossa mainonnan määrää eikä ohjelmiston kotimaisuusastetta tulisi säädellä mitenkään.[23] Lisäksi kokoomus vaati lisää yhteistyötä Yleisradion ja MTV:n välille:

> Oy Yleisradio Ab:n ja MTV:n olisi yhteisesti panostettava sellaisiin toimiin, jotka vahvistavat suomalaista kulttuuria uudessa kansainvälisessä kilpailutilanteessa. Voimavaroja yhdistämällä olisi mahdollisuus sellaiseen ohjelmatuotantoon ja tarjontaan myös viihteen alueella, joka olisi kilpailukykyinen vastaus kansainvälisen tarjonnan asettamaan haasteeseen.[24]

Muotoilu näytti olevan hyvin tietoinen Yleisradion, MTV:n ja Nokian samaan aikaan kulissien takana hahmottelemasta kolmoskanavahankkeesta.

Keskustapuolueen viestintäpoliittinen ohjelma sen sijaan oli hyväksytty jo vuonna 1974, eikä siitä ollut juuri apua päivänpoliittisessa kannanmuodostuksessa. Se painotti "parlamentaarisesti valvotun" ja "kaikille yhtäläisesti tarjotun" yleisradiotoiminnan tavoitteita.[25] Kentän paineesta keskustapuolue oli kallistunut tukemaan MTV:n uutisia, ja esimerkiksi Perttusen komiteassa puolue päätyi kannattamaan kaapelitelevision vapauttamisen sijasta mieluummin MTV:n aseman kohentamista. Keskusta ensinnäkin pelkäsi paikallisen kaapelimainonnan uhkaavan maakuntalehdistönsä ilmoitustuloja; toiseksi MTV:tä tukemalla se koki samalla tukevansa Yleisradiota. Puolue horjuikin kahden vaiheilla: yhtäältä se puolsi kansanvaltaista valvontaa ja säätelyä mutta oli toisaalta valmis purkamaan keskitettyjä rakenteita.

Jälkimmäiseen oivan väylän keskustapuolue koki löytäneensä paikallisradioista, joiden etujärjestön johtoon se oli saanut oman miehensä, kansliapäällikkö Jaakko Nummisen. Kesän 1984 puoluekokoukseen puoluehallitus laatikin ponnen, joka puolsi "radio- ja televisio-olojen kehittämistä maassamme desentralistiseen suuntaan". Sen ajattelussa paikallisradiot edistivät demokratiaa ja lähikulttuuria ja voisivat kertoa paikallisista asioista ihmisiä kiinnostavalla tavalla.[26]

Näytteen keskustan liberalisoituvasta viestintäpolitiikasta antoi myös syyskuussa 1985 luonnosteltu puolueen tavoiteohjelma, joka vaati tukea paitsi alueelliselle ja paikalliselle lähiradiotoiminnalle myös kansalliselle kulttuurille. Television osalta se suorastaan listasi samat argumentit, joita kolmannen kanavan puolestapuhujat samaan aikaan toistelivat:

> Kansallinen joukkotiedotus joutuu kovien haasteiden eteen satelliitti- ja kaapelitelevisiolähetysten sekä videoiden nopean lisääntymisen takia. Kun ylikansallinen tarjonta jatkuvasti lisääntyy, suomalaiselle ohjelmatuotannolle on taattava mahdollisimman hyvät edellytykset. Asia- ja viihdeohjelmatuotantoon on 1980-luvun loppupuolella panostettava niin, että kansallinen ohjelmatoiminta pystyy laadulla kilpailemaan runsaan ulkomaisen ohjelmatarjonnan kanssa.[27]

Viestintäpolitiikan kehityksen kannalta oli merkittävää myös se, että Suomen Maaseudun Puolue oli vuonna 1984 hyväksymässään erityisohjelmassa kallistunut "vapaan ja monipuolisen" tiedonvälityksen kannalle torjumalla kaikkinaiset monopolit tiedonvälityksessä. Yleisradiota SMP toki piti edelleen vapaan tiedonvälityksen perustana, koska se oli riippumaton niin hallituksesta kuin "suuresta rahasta", mutta puolue suhtautui myönteisesti myös kaapelitelevisioon ja paikallisradioon, koska ne voisivat laventaa demokratiaa. Mainonnalla puolestaan turvattaisiin niiden itsenäinen taloudellinen asema.[28] Pienen puolueen näkemyksillä oli merkitystä sittemmin Pekka Vennamon noustua Holkerin hallituksen liikenneministeriksi keväällä 1987.

Myös vasemmistossa nähtiin viestintämaiseman olevan muuttumassa. Kansandemokraatit (SKDL) ja kommunistit (SKP) eivät kuitenkaan juuri julkisia kantojaan korjanneet. SKDL:n 1972 laatima yleisradiopoliittinen ohjelma oli hyvin monopolihenkinen,[29] ja vielä 1984 SKP otti kantaa kuumentuneeseen viestintäpoliittiseen tilanteeseen toteamalla ykskantaan, että "kaiken valtakunnallisen, alueellisen ja paikallisen radio- ja televisiotoiminnan on oltava yhteiskunnan omistuksessa ja demokraattisessa valvonnassa". Paikallisradiotoimilupia ei sen mielestä tulisi lainkaan myöntää kaupallisille toimijoille eikä radiotoiminnassa sallia mainoksia. Sanoma Osakeyhtiön ja MTV:n kaltaiset viestintäyhtiöt puolestaan tulisi siirtää yhteiskunnan omistukseen.[30]

SDP:n viestintäpoliittinen ohjelma oli osapuilleen yhtä vanha kuin keskustan ja SKDL:n, vuodelta 1975. Vaikka puolue oli virallisesti yhä Yleisradion monopolin kannalla, tähtäsi mainonnan lopettamiseen televisiolähetyksissä sekä kavahti säätelemätöntä kaapelitelevisiota, sosiaalidemokraatit olivat kommunisteja joustavampia viestintämaiseman muutoksen edessä. Asenteiden vähittäisestä muutoksesta kertoo kuitenkin se, että esimerkiksi kaapelitelevisiota koskeva kohta oli tavoiteohjelmassa tietoisesti muotoiltu yksiselitteisen torjunnan sijasta ”kauniimmin ja varovaisemmin”.[31]

Rakennepoliittisen ajattelutavan liberalisoitumisesta kertoo SDP:n keväällä 1982 hyväksymä viestintäpoliittinen kannanotto, joka ohjeisti puolueen edustajia Perttusen komiteassa. Yleisradion johtavasta asemasta ”yhteiskunnallisena palvelulaitoksena ja kansallisen kulttuurin foorumina” sosiaalidemokraatit eivät tinkineet, vaan päinvastoin edellyttivät yhtiön parlamentaarisen aseman vahvistamista sekä sitä, että yhtiön riippuvuus valtioneuvostosta ja mainonnasta oli katkaistava. Uutta oli se, että Yleisradion rahoitusta vaadittiin lisättäväksi, jotta se voisi tarjota kotimaisen vastapainon lisääntyvälle kansainväliselle ja kaupalliselle kilpailulle. Satelliitti- ja kaapelitelevision SDP kuitenkin hyväksyi realiteettina, jota tulisi kehittää ”julkisesti säännellyn järjestelmän puitteissa” ja ”yhteiskunnan hallussa olevissa verkoissa”. Myös paikallista radio- ja televisiotoimintaa tulisi kehittää mutta ei-kaupalliselta pohjalta ja estämällä ”tiedotusmonopolien” syntyminen. Mainoksia ei paikallisradioihin tulisi tuoda lainkaan, ja kaapelitelevisiossakin ne tulisi hyväksyä vain tiukasti rajattuina kokonaisuuksina.[32]

Kaapeli- ja videolainsäädännön valmisteluun tarkoitetussa syksyn 1986 kannanotossa kansallisen kulttuurin puolustaminen, ”itsepuolustus”, sai yhä näkyvämmän roolin ja kokonaan uutena teemana esiin nostettiin ”kansallisten elinkeino- ja työllisyyspoliittisten etujen ajaminen”. Kaapelitelevisioon SDP vaati edellytysten luomista ”kotimaiselle, alueelliselle ja paikalliselle ohjelmatoiminnalle”, mikä tarkoitti esimerkiksi keskittymisen ja ketjuuntumisen estämistä sekä sitä, että kotimaisen ohjelmiston osuudelle tuli asettaa vähimmäisvaatimus. Ajatus kaapelitelevision tuomisesta lähemmäs kansalaisia ilmeni vaatimuksena, jonka mukaan jokaiseen kaapeliyhtiöön tuli saada vapaa kansalaiskanava. SDP ajoi siten sähköisen viestinnän rakenteiden liberalisointia ei-kaupalliselta pohjalta. Yleisradion aseman korostamista sosiaalidemokraatit perustelivat juuri huolellaan kaupallistumisesta. Vaikka kannanotossa ei suoraan lausuta mitään käynnistymässä olleesta kolmoskanavasta, se on mahdollista tulkita epäsuoraksi tueksi hankkeelle:

> Yleisradiolle on annettava mahdollisuus laajentaa ja monipuolistaa toimintaansa. Uusia rahoitusmuotoja on ennakkoluulottomasti selvitettävä ja voitava ottaa käyttöön. Yleisradion kansallisen kulttuuritehtävän toteuttaminen edellyttää lupamaksujen säilyttämistä yhtenä Yleisradion perusrahoituslähteenä.[33]

1980-luvusta keskeytyi sähköisen viestinnän liberalisoinnin läpimurtovuosikymmen, jolle puolueet kannanotoillaan olivat avaamassa tietä. Onkin paradoksi, että vapauttamispyrkimykset eivät juuri näkyneet aikakauden hallitusohjelmissa, joissa viestintäpolitiikalla oli vain vähäinen merkitys. Sorsan neljäs hallitus (1983–1987) ilmoitti ainoastaan jatkavansa ruotsinkieliselle väestölle tarkoitetun televisioverkon suunnittelua, Holkerin hallitus (1987–1991) puolestaan parantavansa Yleisradion toimintaedellytyksiä ajanmukaistamalla radiolainsäädäntöä. Myös paikallisradiotoimintaa sinipunahallitus lupasi kehittää.[34]

YLEISRADION PYSYVÄ PULMA

Koko vuosikymmenen alkupuoliskon Yleisradio joutui kyyristelemään siilipuolustuksessa. Maan hallituksessa valtaa pitävien sosiaalidemokraattien ja yhtiön välit olivat tulehtuneet. Lisäksi Yleisradio oli joutunut taipumaan MTV:n uutisasiassa; vähän myöhemmin se joutui alistumaan paikallisradioiden tuloon.

Valtioneuvoston ja maan yleisradiolaitoksen nihkeät välit heijastuivat myös eduskunnan valitseman hallintoneuvostoon, jonka kokouksiin sen jäsenet kantoivat poliittiset näkemyseronsa mukanaan. Kouriintuntuvan esimerkin poliitikkojen saneluhalusta antoi organisaatiouudistus, jonka suuntaviivat ratkesivat ns. pitkien puukkojen yössä helmikuussa 1984. Jo silloin oli suunnitelmissa modernisoida Yleisradion organisaatiota jakamalla se yksinkertaisesti kolmeen päätoimintoalueeseen: radioon, televisioon ja niitä molempia palvelevaan tekniikkaan. Hallintoneuvosto ei siihen kuitenkaan suostunut, vaan se halusi säilyttää televisio- ja radiokanavat itsenäisinä yksikköinään, joilla jokaisella oli oma johtajansa. Kiurun tulkinnan mukaan ”hallintoneuvostoryhmien ja niiden taustalla olevien puolueiden käsityksiä määräsi, ei suinkaan toimivan organisaation luominen Yleisradiolle, vaan pelkkä mandaattien jako”.[35] Organisaatiouudistus sinetöikin aina vuosituhannen vaihteeseen saakka sen yhtiön politisoituneen organisaation, jossa jokainen johtaja oli samalla puolueensa edustaja.[36]

Yleisradion monopoliasema perustui kahteen seikkaan: siihen, että sen olemassaolo koettiin oikeutetuksi ja että sen talous oli kunnossa. Nyt se koki legitimiteettinsä uhatuksi samaan aikaan, kun sen talous oli kasvavaa vauhtia kriisiytymässä. Yhtiön yhtä nurkkaa uhkasi ”uustelevisio”, jonka pelättiin vievän katsojia. Toisella nurkalla toiminnan perustaa järsi MTV, joka haaveili kasvusta omaksi kanavaksi. Kolmatta nurkkaa nakersivat poliittiset päätöksentekijät, joiden tuki Yleisradiolle ei enää ollutkaan niin itsestään selvää. Tämä kaikki vaikutti yhtiön legitimiteettiin, ja jos legitimiteetti alkaisi horjua, sillä olisi vaikutusta myös yhtiön talouteen, mikä puolestaan heikentäisi legitimiteettiä. Syöksykierre olisi valmis.[37] Merkit radion kuuntelijoiden

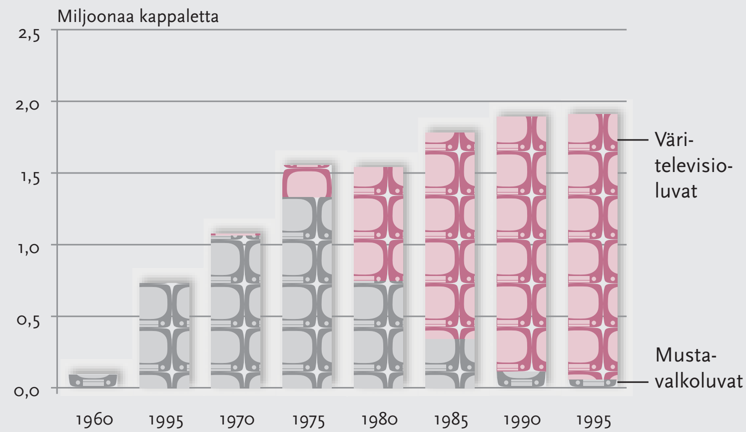
ja television katselijoiden siirtymisestä kilpaileville kanaville olivat 1980-luvun alkupuolella vielä marginaalisia, mutta Yleisradiossa kyllä seurattiin huolestuneina, kuinka suosituiksi esimerkiksi HTV:n välittämät satelliittikanavat muotoutuisivat. Uhatumpi oli Yleisradion nauttima luottamus poliitikkojen keskuudessa.

Valtioneuvoston käsissä oli kaksi peukaloruuvia, joilla se saattoi kiristää Yleisradiota ja siten kyseenalaistaa sen itsenäisyyden. Ensimmäinen, joskin varsin teoreettinen, kiristyskeino oli *toimilupa*. Valtioneuvostolla oli valta myöntää tai olla myöntämättä Yleisradiolle sen tarvitsema toimilupa sekä tehdä siihen halutessaan rajoituksia ja uusia määräyksiä. Liikenneministeriön tehtävänä puolestaan oli valvoa, että yhtiö noudatti toimilupaansa, ja puuttua mahdollisiin rikkomuksiin. Ja mikä kiinnostavinta, valtioneuvostolla oli valta halutessaan antaa toimilupa myös muille toimijoille, esimerkiksi MTV:lle. Kuten edellä on käynyt ilmi, viestintäpoliittisia keskusteluja kilpailijan tuomisesta Yleisradion rinnalle oli käyty 1950-luvulta alkaen. Toisaalta Yleisradion oma toimilupa oli aina hyväksytty osapuilleen siinä muodossa, kuin eduskunnan valitsema hallintoneuvosto oli ehdottanut.[38]

Paljon käytännöllisempi kiristyskeino piili *lupamaksuissa*. Valtioneuvosto määräsi lupamaksun hinnan, eivätkä sen tekemät päätökset välttämättä perustuneet Yleisradion taloudelliseen tarpeeseen vaan pikemminkin yleis-, talous- ja puoluepoliittisiin suhdanteisiin sekä valtiovallan harkintavaltaan. Lupamaksun korotustoiveiden esittämisestä vastasi yhtiön hallintoneuvosto, mutta aina valtioneuvosto ei myöntynyt sen esityksiin. Televisiolupamaksua oli korotettu kerralla reilusti vuonna 1977, jolloin erillisistä radioluvista luovuttiin. Sen jälkeen maksua oli tarkistettu 1981 ja 1983, mutta kun yhtiön johto taas vuonna 1985 ehdotti hallintoneuvostolle, että se esittäisi lupamaksujen korostusta, asia ei edennytkään. Kiurun selvityksen mukaan edelliset lupamaksunkorotukset eivät olleet vastanneet kustannustason nousua, minkä johdosta lupamaksujen reaaliarvo oli ennätyksellisen alhaalla. Hallintoneuvosto hyväksyi korostusesityksen valtioneuvostolle lopulta vain sillä edellytyksellä, että samalla johto ryhtyy selvittämään yhtiön toiminnan tehokkuutta. Koska Yleisradion ja pääministerin suhteet olivat tulehtuneet infokratia- ja Tšernobyl-keskusteluissa, Sorsa suhtautui asiaan jäätävästi. Lupamaksupäätös saatiin vasta seuraavana vuonna ja vain 5,5 prosentin suuruisena Yleisradion esittämän 8,5 prosentin sijasta.[39]

Hallintoneuvoston edellyttämä tehokkuusselvitys valmistui marraskuussa 1985, vain vähän myöhemmin kuin hallintoneuvosto oli päättänyt lähteä mukaan kolmoskanavaan. Vaikka se oli Kiurun muistelmien mukaan yksinomaan ”maan hallitusta miellyttämään tarkoitettu”, sen laadinnasta oli lopulta melkoista hyötyä Yleisradion taloudelle. Konsulttiselvitys listasi yhtiön pääongelmaksi byrokraattisen johtamis- ja organisaatiokulttuurin. Sen ilmentymiä olivat heikko tulos- ja kustannustietoisuus, ylimitoitettu henkilökunta, jäykät rakenteet, epäselvät vastuu-

Kuvio 5 Televisiolupien määrä 1960–1995



Lähde: *Joukkoviestintätilasto* 1989, 160; *Joukkoviestimet* 1998, 126.

suhteet ja kehno työnjohto. Yhtiön johto allekirjoitti analyysin ja laati sen pohjalta tehostamisohjelman, jonka myös hallintoneuvosto hyväksyi. Paljolti sen ansiosta seuraavat lupamaksukorostukset vuosina 1988 ja 1990, Holkerin hallituskaudella, toteutuivat aiempaa joustavammin ja avokätisempinä. Tehostamisohjelma pani vauhtia myös Yleisradion organisaation uudistumiseen ja käänsi henkilökunnan määrän pysyvään laskuun vuodesta 1986 alkaen.[40]

Yleisradion taloudellisen perustan ongelmiin lupamaksujen korotus ja tehostamisselvitys eivät kuitenkaan tarjonneet mitään pysyvää ratkaisua. Yhtiön talouden kivijalka muodostui kahdesta elementistä, yleisön maksamista lupamaksuista ja MTV:n maksamasta ohjelma-ajan vuokrasta. Kuten edellä on nähty, MTV:n runsaan viidenneksen suuruinen rahoitusosuus oli pysynyt osapuilleen ennallaan ja kasvanut määrällisesti vain siinä määrin kuin MTV oli korottanut mainoshintojaan ja Yleisradio vastaavasti siltä perimäänsä vuokraa. Jotta vuokralaisesta olisi saatu enemmän irti, sen lähetysaikaa olisi pitänyt pystyä kasvattamaan, mutta kahden kanavan puitteissa se oli vaikeaa. Ohjelmistoon rakennetut kiinteät blokit estivät sen, eikä parasta katseluaikaa riittänyt kaikille. Arne Wessbergin, TV1:n silloisen johtajan, mukaan "systeemi oli suljettu".[41]

Televisiolupien määrään väritelevisioon siirtyminen puolestaan oli synnyttänyt hetkellisen notkahduksen – hieman samaan tapaan kuin digitalisointi sai aikaan 2000-luvulla. Vaikka luvanmaksajien määrä lähti uudelleen nousuun 1980-luvulla, nähtävissä oli, että kasvu oli pitkällä aikavälillä tasaantumassa (kuvio 5). Maa oli

jo televisioitunut. Lisätuloja luvista kertyi vain, mikäli maksun korotuksille saatiin poliittinen hyväksyntä.

Lupamaksutulot olivat Yleisradiolle sinänsä loistava tulonlähde. Niistä kassaan saatavan rahan määrä oli vakaa ja ennakoitavissa, mikä helpotti taloudellista päätöksentekoa. Tulot oli helppo laskea kertomalla lupamaksun hinta kotitalouksien määrällä. 1980-luvulla törmättiin kuitenkin kahteen ongelmaan. Ensinnäkin vaikka yhtiön johdon tavoitteena olivat "vuosittaiset lupamaksujen korotukset, joissa otetaan huomioon toteutunut ja ennakoitavissa oleva ansio- ja kustannustason nousu sekä Yleisradion kustannusrakenteen erityispiirteet",[42] korotuksia tehtäessä ei vielä yleisesti tunnustettu ns. yleisradioinflaatiota. Käsite tarkoittaa sitä, että yleisradiotoiminnan kustannuksilla on taipumus kohota yleistä kustannustasoa nopeammin.[43] Toinen ongelma oli, että – aivan kuten Yleisradio korotusesityksiään perusteli – lupamaksun reaalinen arvo laski koko 1980-luvun, vuodesta 1979 vuoteen 1989 peräti 19 prosentilla.[44]

Nimellishinnoin laskettuna Yleisradion tulot toki jatkoivat koko ajan kasvuaan. 1980-luvulla lupamaksutulot 2,5-kertaistuivat ja MTV:n maksamien vuokrien kertymä kaksinkertaistui. Ohjelma-ajan vuokrana Yleisradio oli 1960-luvulta alkaen pyrkinyt perimään niin paljon kuin vuokralainen suinkin kykeni maksamaan. Tämä taas oli siirtänyt korotukset omiin hintoihinsa. 1980-luvun puoliväliä lähestyttäessä MTV:n mainosmyynnin kasvu kuitenkin hidastui, mikä heijastui suoraan Yleisradion talouteen. Vuosikymmenen mittaan Yleisradion riippuvuus lupamaksusta vain lisääntyi samaan aikaan, kun sen menotaloutta rasittivat jakeluverkko, liki 5 000-päinen henkilöstö ja koko ajan lisääntyvät ohjelmatunnit. Television viikoittainen ohjelmatarjonta lisääntyi vuoden 1980 62 tunnista 95:een vuoteen 1990 mennessä – siis yli 50 prosentilla. Etenkin TV2:n ohjelmatarjontaa pyrittiin lisäämään sitä mukaa, kuin se kasvoi oikeaksi valtakunnalliseksi kanavaksi.[45]

Yleisradiossa oli totisesti tarvetta keksiä uusia ratkaisuja.

REVIIRIRIIDAT JATKUVAT

1980-luvun alkupuoliskolla Yleisradion ja MTV:n suhteissa alkoi uusi kausi, joka Sakari Kiurun luonnehdintaa lainatakseni vei vähitellen "reviiririidoista linnarauhaan".[46] Aluksi edellytykset yhtiöiden lähentymiselle eivät kuitenkaan vaikuttaneet suotuisilta.

Esimerkiksi yhtiön hallintoneuvostossa vanhat ideologis-poliittiset kiistat heijastuivat yhä vastakkaisina näkemyksinä MTV:stä ja sen asemasta. Lokakuussa 1983 kansandemokraatteja edustanut Antero Jyränki piti laajan katsauksen, jossa palattiin paljolti Reporadion aikaisen *Pöllön anatomia* -tutkimuksen teemoihin. Jyränki

katsoi, ettei vuokralaisen toiminta vieläkään ollut ohjelmatoiminnan säännöstön mukaista.

> Perusongelma Yleisradion ja MTV:n suhteissa näyttäisi olevan se, että Yleisradio on MTV:hen nähden sitoutunut velvoituksiin, joista sen on hyvin vaikea vastata ja jotka itse asiassa ovat syvässä ristiriidassa MTV:n toimintaidean kanssa. Yleisradio on sitoutunut valvomaan sitä, että MTV noudattaa samanlaista ohjelmapolitiikkaa kuin se itse. – – MTV:n ohjelmapolitiikan johtavana ideana taas on tuottaa näennäisesti harmittomia – joskin tosiasiallisesti usein yhden yhteiskuntaluokan arvoja kuvastavia – ohjelmia, joita yleisön mikään suuri osaryhmä ei oudoksu. Kokemuksen mukaan tällainen politiikka rajoittaa monipuolisen tiedon tarjontaa Yleisradiossa.[47]

Alustuksen käynnistämä keskustelu jatkui hallintoneuvostossa koko seuraavan vuoden. Seuraavaan kokoukseen ohjelmapäällikön toimisto laati selonteon MTV:n ohjelmiston koostumuksesta. Selonteko ei ottanut kantaa vuokralaisen ohjelmatarjonnan laatuun, vaan tyytyi osoittamaan, että rakenteeltaan MTV:n tarjonta oli huomattavasti viihdepitoisempaa, ulkomaisempaa ja sarjavoittoisempaa kuin Yleisradion. MTV:n ohjelmiston rakenteesta ja sijoittelusta koitui kuitenkin ongelmia muun muassa ”vertikaalisessa koordinaatiossa”: tiettyinä iltoina MTV:n tarjonta leimasi voimakkaasti TV1:n ilmettä, kun taas MTV:n *Kymmenen uutiset* lukitsivat harmittavasti TV2:n loppuillan ohjelmistosuunnittelua.[48]

Joulukuun kokouksessa ohjelmajohtaja Pekka Silvola linjasi, että vaikka MTV:llä olikin pyrkimyksiä nostaa itseään tasavertaiseksi televisioyhtiöksi Yleisradion rinnalle, se oli edelleen ”Yleisradion apuyhtiö, joka osaltaan tasapainottaa koko tv-ohjelmistotarjontaa” ja jolta ”ei pitäisi vaatia samaa monipuolisuutta kuin Yleisradion ohjelmistosta” mutta jonka tulee tunnustaa ”ohjelma-asioissa Yleisradion hallintoneuvosto korkeimmaksi valvontaelimekseen”. Yksi pysyvä erimielisyys koski mainosten sijoittelua. Osa hallintoneuvostosta olisi halunnut sijoittaa mainokset katkojen sijasta erillisiin blokkeihin, mitä myös television ohjelmaneuvosto ja Yleisradion hallitus kehottivat selvittämään. MTV torjui ajatuksen, koska pitkät mainostauot ohjelmien välissä ärsyttäisivät sen mielestä katsojia ja aiheuttaisivat ”kielteisyyden lisääntymistä ei yksin yhtiötämme vaan samalla koko tv-toimintaa kohtaan”.[49]

Jyrängin puheenvuoron virittämistä kiistoista merkittävin koski kuitenkin MTV:n ohjelmien valvontaa ja ennakkotarkastusta. Jyrängin analyysin mukaan Yleisradion hallintoneuvostolla oli kahdenlaista valvontavaltaa MTV:hen nähden: talousvalvontaa ja ohjelmavalvontaa. Talousvalvonnalla Jyränki tarkoitti sitä, kuinka hallintoneuvosto seurasi MTV:n kanssa tehtyjen perus- ja hintasopimusten tarkoituksenmukaisuutta. Sen lisäksi Jyränki kuitenkin vaati hallintoneuvostolle

oikeutta päästä tutustumaan vuosittain MTV:n kirjanpitoon ja varojen käyttöön. Ohjelmavalvonta puolestaan tarkoitti hallintoneuvoston valtaa seurata MTV:n ohjelmien lainmukaisuutta, toimiluvanmukaisuutta sekä sitä, vastaavatko ne ohjelmatoiminnan säännöstöä ja perussopimusta.[50] Vaikka Jyrängin luettelemat valvontatoimet olivat sinällään Yleisradion ja MTV:n välisten sopimusten mukaisia, peräkkäin listattuina ne herättivät levottomuutta MTV:ssä ja sen ystävissä, joita myös hallintoneuvostossa istui.

MTV torjui vastineessaan tiukoin sanakääntein Yleisradion hallintoneuvoston pääsyn penkomaan tilejään. Sen mielestä oikeus talouden valvontaan oli ainoastaan liikenneministeriöllä hallintoneuvoston vallan ulottuessa vain ohjelmatoimintaan.[51] Keskustelu valvontavallan rajoista kuitenkin sai jatkoa keväällä, kun Yleisradio valmisteli organisaatiomuutosta ja täsmensi siinä yhteydessä ohjelmapäälliköiden vastuualueita. Kun Yleisradio totesi ohjelmapäälliköittensä valvovan myös MTV:n lähetyksiä, jälkimmäinen tulkitsi sen sensuuriyritykseksi ja Jyrängin vaatimusten uudelleenlämmitykseksi. Yleisradion hallitus rauhoitteli toteamalla, ettei valvontavastuu muuttaisi vallinnutta käytäntöä. Se olikin totta, koska voimassa olleen perussopimuksen mukaan Yleisradion ohjelmapäälliköllä oli oikeus tarkastaa ennakolta myös MTV:n ohjelmia – jos kohta oikeutta ei juuri ollut käytetty.[52]

Kaikki yllä kuvatut mittelöt olivat luonteeltaan ennen muuta periaatteellisia. Kysymyksissä, joissa MTV halusi korostaa mahdollisimman suurta itsenäisyyttään, Yleisradio halusi näyttää ja käyttää isännän ääntään. Vaikka osa oli puhdasta retoriikkaa, kertoi sananvaihto myös yhtiöiden välillä vallinneista jännitteistä.

Periaatteellisten kiistojen ohella yhtiöiden välillä oli myös käytännöllisempiä riidanaiheita. Ne koskivat ohjelmamandaatteja, ohjelma-aikaa ja ohjelma-ajan hintaa. Vuotuisen hintasopimuksen yhteydessä sovittiin yleensä myös MTV:n ohjelmapaikoista. Pitkin vuotta vuokralainen kuitenkin teki lisäanomuksia, joissa toivottiin oikeutta ohjelma-ajan ylityksiin. Joskus Yleisradio suostui, usein ei. Kun esimerkiksi MTV anoi elokuussa 1984 ylimääräistä lisäaikaa esittääkseen syyskuisena lauantai-iltapäivänä puolitoistatuntisen MTV-jääkiekkotapahtuman, Yleisradion hallitus tyrmäsi anomuksen, koska katsoi, ettei MTV:llä ollut oikeutta lähettää urheiluohjelmia suorina lähetyksinä. Hallitus piti myös kyseenalaisena sitä, että ”ohjelmayhtiö alkaa sponsoroida urheiluohjelmia”.[53]

Yleisradio ei myöskään kokenut tarvetta lieventää 24 tunnin sääntöä. Yhtiö piti kiinni vuokralaiselle asettamistaan rajoituksista, jotka perussopimuksen mukaan koskivat urheilun ja ajankohtaislähetysten lisäksi muun muassa puoluepoliittisia ohjelmia. Niidenkään lähettämiseen MTV:llä ei ollut oikeutta.

HALU KASVAA SUUREKSI

MTV:n tunteet Yleisradiota kohtaan eivät vielä vuosikymmenen alkupuolella olleet yhtään sen lämpimämmät kuin vastavuoroisestikaan. Yhtiön julkinen päätavoite oli saada *Kymmenen uutiset* vakinaistettua, sillä uutislähetys oli saanut Yleisradion hallintoneuvoston siunauksen vasta koeluonteisena ja toistaiseksi. Ilmalan toimitalossa himoittiin todellisuudessa kuitenkin isompaa saalista, omaa kanavaa ja omaa toimilupaa, vaikkei siitä paljon julkisesti puhuttukaan. Yhtiön varatoimitusjohtajana vuosina 1972–1997 toimineen Jaakko Paavelan mukaan hän sai jo alun alkaen joukon projekteja toteutettavakseen: ”EBUn jäsenyys, Prix Italian jäsenyys, uutiset – oma kanava”.[54]

Mainos-TV oli pyrkinyt alusta alkaen kasvamaan ja laajentamaan toimintaansa. Lähetysyksikköä ja yleisradioverkkoa lukuun ottamatta se oli rakentanut itselleen oman teknisen ja tuotannollisen koneiston sekä tuotti valtaosan kotimaisista ohjelmistaan itse. Kasvuun tähdännyt politiikka, yhtiön varustaminen eräänlaiseksi ”pikku-Yleisradioksi”, oli johtanut myös siihen, että sen henkilökunnan määrä oli paisunut 453:sta vuonna 1975 peräti 702:een vuonna 1985. Seuraavina vuosina alkoivatkin irtisanomiset. Yhtiö oivalsi, että päälukua kasvattamalla se ei enää voinut jatkaa.[55]

> Raskaat ja epätaloudelliset tuotantotavat ovat osaltaan lisänneet ongelmia. – – Henkilöstömäärän huippu on ohitettu ja lähes koko televisiotoiminnan historian kestänyt kasvu on kääntynyt laskuun.[56]

Yksi ratkaisematon ongelma MTV:llä oli kuitenkin yhä edessään. Myös sen ohjelmatarjonta oli kohdannut kasvunsa rajat. Se lähetti ohjelmaa runsaat 19 tuntia viikossa eli noin tuhat tuntia vuodessa. Yhtiön käytössä olevasta ajasta kaksi kolmannesta oli ykköskanavalla ja yksi kolmannes kakkoskanavalla, ja 1970-luvun alusta alkaen kaikki lisätunnit oli sijoitettu TV2:n ohjelmakaavioon, sillä Yleisradio ei halunnut rikkoa lippulaivakanavansa ilmettä enempää. Kakkoselle sijoitettiin 1981 myös Mainos-TV:n *Kymmenen uutiset*, joiden ansiosta yhtiön onnistui tinkiä kymmenen minuuttia lisää aikaa päivässä. Siihen keinot kuitenkin loppuivat. Iltapäivistä ja yön tunneista MTV:lle olisi kenties herunut lisää ohjelma-aikaa, mutta ne eivät yhtiötä kiinnostaneet, koska mainosten myyntiä ne eivät olisi auttaneet. Yhtiö halusi lisää parasta katseluaikaa käyttöönsä. Talven 1984 muistiossaan MTV pitikin käytössään olleita lähetysaikoja kohtuuttoman huonoina: liian suuri osa alkoi vasta kello 21.30:n jälkeen, kun taas mainostulojen hankkimisen kannalta otollisinta olisi keski-illan paras katseluaika. Yhtiön oman laskelman mukaan vain viidennes sen lähetysajasta sijoittui kello 19.30:n ja 21:n väliin.[57]

Yhtiön näkökulmasta kyse ei ollut vain siitä, että se halusi ohjelmilleen parempia lähetyspaikkoja. MTV:n omistajakunta koostui pääosin kaupan ja teollisuuden yrityksistä, jotka olivat myös sen pääasiallisia asiakkaita. Mainostajat halusivat viesteilleen otollisemman paikan ruudussa. ”Asiakkaat eli omistajat olivat sitä mieltä, että ohjelmien pitää olla paremmin YLEn ohjelmien seassa, että kohteet tavoitetaan paremmin.”[58]

Esimerkiksi vuoden 1985 hintaneuvotteluissa Yleisradio myöntyi antamaan muutaman minuutin lisää aikaa, jolloin MTV:n viikoittainen lähetysaika nousi 19 tuntiin 47 minuuttiin, josta 70 minuuttia kului uutisiin. Lisäksi vuoden mittaan tehtiin tavanomaisia lisäsopimuksia, millä oli vaikutusta sekä MTV:n että YLEn tuloihin. Esimerkiksi MTV sai myydä mainosaikaa YLEn välittämien jääkiekon MM-kilpailujen yhteyteen. Syksyllä sille taas myönnettiin puoli tuntia lisälähetysaikaa, jotta se voisi televisioida *Syksyn sävel* -kilpailunsa ykkösverkossa.[59] Satunnaiset myönnytykset yksittäisten erikoisohjelmien kohdalla eivät kuitenkaan ratkaisseet perusongelmaa. Kesän 1985 kynnyksellä julkaistu vuosikertomus olikin toiveikas sekä vihjasi kulisseissa jo alkaneesta yhteistyöstä Yleisradion kanssa ja jopa kolmoskanavasta:

> MTV ja Yleisradio ovat nyt yhteisten haasteiden edessä. Lähtökohtamme ovat pohjoismaisittain vahvat, sillä naapurimme vasta keskustelevat monipuolisemmasta tv-järjestelmästä. Kansallisen kilpailuasemamme säilyttämiseksi tarvitaan MTV:n ja Yleisradion välillä yhdensuuntaista näkemystä kehityksen suunnasta ja siitä aiheutuvista toimista. – – Nyt on korkea aika valmistautua 1980-luvun loppupuolen ankaraan kilpailuun tv-katsojista. MTV:n käytössä oleva kolmas tv-verkko, joko perinteinen lähetysverkko tai satelliitin käyttömahdollisuus, olisi paras kilpailukeinomme ulkomaista tarjontaa vastaan.[60]

Kaikkein pohjimmaisena traumana MTV:tä hiersi toimilupakysymys. Yhtiön pitkän aikavälin tavoite saada oma toimilupa ei ollut salaisuus, sillä ensimmäistä kertaa se oli tuotu esille jo 1967 kulkulaitosministeriölle tehdyssä lausunnossa.[61] Maaliskuussa 1985 Paavela otti sen tunnustelumielessä jälleen kerran esiin hintaneuvotteluissa, mutta vuokraisännän suhtautuminen oli ehdottoman torjuva: jos MTV jättäisi toimilupahakemuksen, Yleisradio varautuisi aloittamaan tv-mainonnan omissa lähetyksissään. Paavela jarrutti ja totesi, ettei MTV tietenkään tekisi aloitetta ilman yhteisymmärrystä Yleisradion kanssa.[62]

MTV:ssä tuntui vallitsevan näkemys, että Yleisradio pyrki kaikin tavoin pikemminkin heikentämään kuin tukemaan sen toimintaedellytyksiä. Tämä ilmenee erinomaisesti esimerkiksi MTV:n hallituksen tammikuussa 1984 hyväksymästä vastineesta Jyrängin puheeseen. Siinä epäiltiin hallintoneuvoston jäsenen ajatuksia

suorastaan yritykseksi ”alistaa MTV Yleisradion osastoksi”.[63] Samassa kokouksessa MTV:n hallitus hyväksyi myös muistion, joka käsitteli ”televisiotoiminnan ajankohtaisia ongelmia”. Käytännössä se oli luettelo yhtiöiden välisissä suhteissa vallinneista kipupisteistä:

- Yleisradion hallitus ei ollut puoltanut MTV:n uutisten vakinaistamista.
- Päivänkohtaisten asioiden käsittely muualla kuin uutisissa oli yhä kielletty MTV:ltä.
- MTV:n ohjelma-aikoja oli huononnettu mainosmyynnin näkökulmasta.
- YLEn ehdotus mainosten blokkisijoittelusta uhkasi MTV:n taloutta.
- YLEn kieltäytyminen vuokraamasta ohjelmansiirtoketjuaan MTV:n uutisaineiston välittämiseen vääristi uutiskilpailua.
- YLEn vaatimat lähetysaikakorvaukset ylittivät yleisen hintatason nousun.[64]

MTV:n hallituksen lausunto oli sävyltään paikoin syyttäväkin, mutta koska yhtiö oli riippuvainen Yleisradion hallintoelinten ratkaisuista, pääviesti oli sovitteleva. Yhtiön strategia olikin vedota lähinnä taloudellisiin seikkoihin, jotka puolsivat sen ajamien tavoitteiden toteuttamista ja jotka rahallisilta vaikutuksiltaan koituisivat myös Yleisradion eduksi. Lausunnossaan MTV korosti tuottamaansa kaksinaista hyötyä: se paitsi lähetti ja rahoitti merkittävän osan televisio-ohjelmistosta myös tuki Yleisradion taloutta. Esimerkiksi kantansa mainosten blokkisijoitteluun MTV perusteli toteamalla, että se vähentäisi mainontaa ja tekisi mahdottomaksi maksaa lähetysaikakorvausta. Talousperustein se vaati myös lisää prime time -lähetysaikaa. Käytännössä MTV:n pragmaattiset ja taloudelliset näkökohdat painoivat vaa'assa enemmän kuin Yleisradion suunnasta tehdyt periaatteelliset rajoitusehdotukset.

MAINOSMYYNNIN SEISOKKI

Valtakunnallisen televisiomainonnan monopolia on joskus kutsuttu ”luvaksi painaa rahaa”, mutta MTV:n painokoneet eivät onnistuneet sylkemään uumenistaan seteleitä toivotulla tavalla. Vielä 1970-luku oli ollut tasaisen kasvun aikaa, mutta vuosikymmenen lopussa myydyn mainosajan kasvu pysähtyi noin 120 tuntiin vuodessa, josta se ei enää noussut. Päinvastoin muutamina vuosina mainosaikaa myytiin edellisvuotta vähemmän. Liikevaihdon kasvu kuitenkin jatkui, sillä mainosajan hintaa korotettiin vuosittain 10–15 prosentilla. 1980-luvulla MTV oli tilanteessa, jossa sen kasvu perustui pelkkiin hinnankorotuksiin.[65] Mainosten sijoittaminen blokeiksi olisi väistämättä pakottanut yhtiötä tarkistamaan hinnoitteluaan alaspäin. Esimerkiksi talvella 1984 ohjelmien sisään sijoitettujen ns. A-palojen hinta oli 20

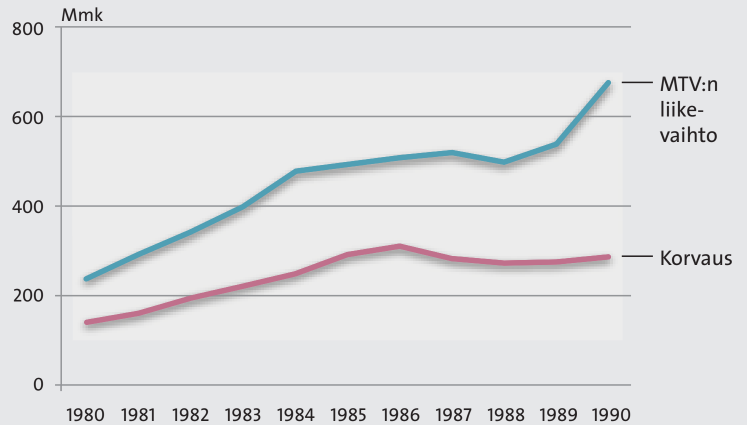
prosenttia kalliimpi kuin ohjelmien väliin sijoitettujen ns. B-palojen. Hieman yli puolet mainosajasta ostettiin juuri ohjelmien sisältä.[66]

Hinnankorotukset alkoivat hirvittää siinä vaiheessa jo MTV:tä itseäänkin. Television osuus mediamainonnasta oli kääntynyt laskuun.[67] Muistiossaan yhtiö huomauttikin, että tv-mainonnan hinnankorotukset olivat olleet Suomessa Euroopan suurimpia ja että tv-spottien hinnat olivat kallistuneet enemmän kuin muiden mainosvälineiden. MTV vaatikin, että Yleisradion tulisi kohtuullistaa korvaustaksojaan ja vuokralaiselle tulisi järjestää lisää ohjelma-aikaa.[68] Vuosikymmenen puoliväliin asti Yleisradio korotti lähetys- ja mainosajasta perimäänsä vuokraa vuosittain 10–15 prosentilla, mutta sitten sen oli pakko tulla MTV:tä vastaan. Vuonna 1985 mainosminuuttien määrän kasvu pysähtyi, asiakkaiden kiinnostus suuntautui aiempaa halvempiin mainoshintaryhmiin ja yhtiön käyttökate ja voitto pienenivät uhkaavasti. Seuraavana vuonna liikevaihtokin lakkasi kasvamasta ja tilinpäätös jouduttiin kirjaamaan tappiolliseksi.[69] Lopulta 1987 MTV sai solmittua vuokraisäntänsä kanssa hintasopimuksen, joka ei enää perustunut kiinteään summaan, vaan mainosmyyntiin siten, ettei korvaus enää kokonaisuudessaan saanut nousta yli 59,5 prosentin sen liikevaihdosta.[70] Jos mainosmyynti takelteli, vuokraa kohtuullistettiin; jos taas myynti ylitti odotukset, MTV:lle jäi enemmän käteen. MTV sai käytännössä vuokranalennuksen.

Rakenteeltaan uudenlaisen hintasopimuksen ansiosta MTV:n Yleisradiolle maksamat korvaukset kääntyivät absoluuttisestikin laskuun. Sillä oli kaksi seurausta MTV:n taloudenpidolle. Ensinnäkin yhä suurempi osa yhtiön ansaitsemasta rahasta jäi sen omaan käyttöön ja tukemaan muun muassa kallista uutistoimintaa. Kun vielä 1960-luvun alussa jopa 80 prosenttia Mainos-TV:n liikevaihdosta tilitettiin Yleisradiolle, osuus laski 1970-luvulla 60 prosentin ja 1980-luvun puolivälin jälkeen 50 prosentin vaiheille sekä vuodesta 1990 alkaen sen alle (kuvio 6).[71]

Toinen seuraus oli, että MTV:n kannatti nyt laajentua ja diversifioida, koska muista liiketoimista kuin mainosmyynnistä saadut voitot jäivät yksinomaan sen omaan käyttöön. MTV oli muuttunut jo 1984 konserniksi, jonka tärkein tytäryhtiö oli aluksi Filmituotanto Spede Pasanen Oy, mutta vähitellen yhtiö hankkiutui mukaan äänite-, video- ja mainostuotantoon. Osa konsernin muiden haarojen tuotannosta koitui suoraan MTV:n oman ohjelmatoiminnan hyväksi, sillä esimerkiksi Spede Pasasen johtama tytäryhtiö tuotti *Spede-showta*, *Kymppitonnia* ja muita viihdeohjelmia sekä lisäksi Turhapuro-elokuvia, jotka nekin nähtiin MTV:ssä moneen kertaan. Ennen 1990-lukua tytäryhtiöiden osuus liikevaihdosta ei kuitenkaan noussut kuutta seitsemää prosenttia suuremmaksi.[72]

Kuvio 6 Mainos-TV:n/MTV:n liikevaihto ja Yleisradiolle maksamat korvaukset 1980–1990



Lähde: MTV:n vuosikertomukset; *Joukkoviestintätilasto* 1987, 109; *Joukkoviestimet* 1998, 122.
Selitys: Sisältää vuodesta 1984 alkaen koko MTV-konsernin ja vuoden 1990 osalta myös Oy Kolmostelevisio Ab:n.

YHTEISET EDUT JA LINNARAUHA

Yleisradion ja MTV:n keskinäinen hintaneuvotteluryhmä oli vuosien ajan ollut se paikka, jossa kiivaimmat yhtiöiden väliset yhteenotot käytiin. Toisaalta hintaneuvotteluissa vallitsi myös suorapuheinen ilmapiiri, jossa neuvottelijat oppivat tuntemaan toisensa. Juuri sen ansiosta TV1:n silloinen johtaja Arne Wessberg, Yleisradion kansliapäällikkö Jussi Tunturi ja MTV:n varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela olivat alkaneet ymmärtää toistensa pyrkimyksiä. Juuri hintaneuvotteluryhmässä hahmottui ensimmäisenä näkemys siitä, että yhtiöt olivat samassa veneessä ja että niillä voisi olla yhteisiä intressejä vaalittavanaan. Vaikka neuvotteluissa usein riideltiinkin, neuvottelijoiden keskinäiset suhteet toimivat.[73]

Pääjohtaja Kiurun mukaan ilmapiirin muutokseen liittyi myös henkilövaihdoksia. MTV:n johdossa vuodesta 1957 alkaen ollut Pentti Hanski jäi eläkkeelle 1984, ja uudeksi toimitusjohtajaksi valittiin metsänhoitaja Eero Pilkama, joka tuli tehtäväänsä valtionyhtiö Kemirasta. Hanski – ”MTV:n Särkelä itte” – oli samastunut täysin yhtiöönsä ja ”teki kaikkensa MTV:n isontamiseksi”, kun taas Pilkaman strategia oli yhteistyöhakuisempi. Yhteistyö lienee ollut myös Hanskin toive, sillä Kiurun mukaan tämäkin muistutti vähän ennen eläkkeelle jäämistään siitä, kuinka yhtiöt ”seilaavat samassa veneessä”.[74]



Yleisradion ja Mainos-TV:n perussopimus uusittiin maaliskuussa 1969. Kuvassa vasemmalta toimitusjohtaja Pentti Hanski, johtaja L. H. Vennola, johtaja Aarne Paananen, kauppaneuvos Risto Orko ja pääjohtaja Eino S. Repo. Vuorineuvos Pentti Heikkilä allekirjoittaa sopimusta. *Kuva: Leif Öster / YLE Valokuva-arkisto*

Yhteisestä veneestään Yleisradio ja MTV seurasivat nimenomaan taivaskanavien kasvua. Muodostuisiko niistä uhka yhtiöiden kaksoismonopolille? Yleisradion johto alkoi jo 1980-luvun alkuvuosina puhua yhä useammin ”puolustautumisesta” niitä vastaan. Arne Wessberg oli kiinnittänyt huomiota myös siihen, kuinka ”uustelevision” sisällöt painottuisivat parhaiten kaupaksi käyviin ohjelmatyyppeihin ja kuinka kaapelitelevisio voisi kaapata kaikkein kysytyimmät tapahtumat tai ohjelmat ja sulkea ne erillisen maksun taakse, pois suuren yleisön ulottuvilta.[75] Toukokuussa 1983 pääjohtaja Kiuru muistutti hallintoneuvostolle, että Yleisradion näkökulmasta uudet kilpailijat edustivat ”valtaosaltaan ulkomaista kaupallista ohjelmistoa” ja olivat muodostumassa ”Yleisradion merkittävimmäksi kilpailijaksi”. Huolta korosti se, että suuret sanomalehdet olivat hankkimassa osuuksia kaapeli-tv-yhtiöistä.[76]

Uhkakuvia piirrettiin myös tuolloin esitellyssä toiminta- ja tavoitesuunnitelmassa. Sen johdannossa listattiin viestintämaiseman keskeiset muutostekijät:

- Yleisradion tv- ja radio-ohjelmien rinnalla alkaa yhä enemmän esiintyä muiden suomalaisten joukkotiedotusyritysten ohjelmaa.
- Uusien jakeluteiden (kaapeli, kuvatallenteet, satelliitit) merkitys kasvaa kuvaohjelmien tarjonnassa.
- Kotimaisten ohjelmistojen ohella katsojille tulee mahdolliseksi valita yhä useammin ulkomaisia vaihtoehtoja.
- Kaapelitelevisio-ohjelmistojen kokoamisessa välityssatelliittien jakamien ohjelmien merkitys kasvaa.
- Kansainvälinen kilpailu merkitsee kilpailua monikansallisten yleisradioyhtiöiden kanssa, joiden voimavarat ovat suurempia kuin Yleisradion.[77]

MTV koki uhkatekijät jokseenkin samalla tavalla. Kotimaiset kaapeli-tv-yritykset ja lähtölaukausta jo odotelleet paikallisradiot uhkasivat sen mainosmyyntiä; kansainvälisten välityssatelliittipalvelujen taas pelättiin rosvoavan yleisöä ja mainostajia. Varatoimitusjohtaja Paavelan mukaan MTV ja Yleisradio pelkäsivät samaa: ”Jos tänne tulevat satelliittifirmat, niin mehän olemme amatöörejä siinä välissä.”[78]

Ilmapiirin muutos yhtiön suhteissa näyttääkin ajoittuvan vuosiin 1984–1985, eikä se rajoittunut yksin johtajien puheväleihin, vaan se näkyi myös poliittisista ilmapuntareista herkimmässä, Yleisradion hallintoneuvostossa. Esimerkiksi vuoden 1985 ensimmäisessä kokouksessa, jossa hallintoneuvosto siunasi MTV:n kanssa tehdyn tuoreen hintasopimuksen, neuvoston sosiaalidemokraattinen jäsen, tiedotuspäällikkö Lauri Sivonen huomautti, että ”huolimatta Yleisradion ja MTV Oy:n vastakkaisista pyrkimyksistä yhtiöillä on tulevaisuudessa vaalittavanaan yhä enemmän yhteisiä etuja”, minkä vuoksi Yleisradion tulisi ”luovalla ja rakentavalla tavalla pohtia yhteistyömahdollisuuksia MTV Oy:n kanssa talouden, ohjelmatoiminnan

ja tekniikan alueilla". Sivosen kannanottoon yhtyivät hallintoneuvoston kaksi vahvaa keskustapoliitikkoa, puheenjohtaja Reino Karpola ja kansanedustaja Mauri Pekkarinen, ja se kirjattiin lopulta hallintoneuvoston lausumaksi.[79]

Pöytä Kolmostelevision kaltaisille "luoville ja rakentaville" avauksille odotti siis vain kattajaansa. Linnarauhan edellytykset kahden kiistelevän yhtiön kesken olivat olemassa. *Yhteisiä* "puolustuksellisia" etunäkökohtia oli ainakin kolme: (1) puolustautuminen *videon sekä satelliitti- ja kaapelikanavien uhkaa* vastaan, (2) puolustautuminen paikallisradioiden ja kaapeli-tv-yhtiöiden taustalla toimivia *kotimaisia lehtiyhtiöitä* vastaan sekä (3) Yleisradion ja MTV:n muodostaman *"yhtenäisjärjestelmän" taloudellisen perustan* turvaaminen. Näitä perusteluja toistettiin eri yhteyksissä avoimesti, ja ne kirjattiin aikanaan myös niihin selvityksiin, jotka liikenneministeriö teetti kolmannen televisiokanavan tarpeesta, sekä lopulta myös hallituksen päätökseen, jolla kanavan toimilupa myönnettiin Yleisradiolle. Näistä argumenteista muodostui perusta, joiden varaan kolmoskanavan poliittinen, taloudellinen ja kulttuurinen oikeutus nojasi.

Molemmilla yhtiöillä oli kuitenkin myös *omia* itsekkäitä intressejään. *Yleisradion* omat etunäkökohdat uudenlaisen yhteistyön avaamisessa eivät olleet mikään salaisuus: (1) yhtiö halusi *turvata johtoasemansa* suomalaisessa yleisradiotoiminnassa ja (2) samalla *varmistaa rahoituspohjansa*. Vaikka Kolmostelevisio-hanketta julkisuudessa mieluummin perusteltiin "uustelevision" uhalla ja kotimaisen ohjelmatuotannon edistämisellä, Yleisradio muistutti hankkeen kaikissa käänteissä, että kyse oli sen omista toimintaedellytyksistä. Koska kolmas televisiokanava syntyisi Suomeen joka tapauksessa, Yleisradion mielestä oli parasta, jos uusi kanava koituisi sen omaksi hyödyksi. Kuten Arne Wessberg lehtihaastattelussa sanoi, "kilpailijoita saa olla vaikka kuinka paljon – kunhan meidän rahoituspohjamme on turvattu".[80] Toisin sanoen Yleisradion intressissä oli (3) *estää sellaisten kilpailijoiden pääsy markkinoille*, jotka voisivat uhata sen rahoituspohjaa. Vaikka yhtiö sanoi olevansa valmis kilpailuun, se piti mieluiten kiinni "yhtenäisjärjestelmästä", jossa sillä itsellään oli johtoasema ja jonka pelisäännöistä se itse sai paljolti päättää. Kolmostelevisio edusti yhtenäisjärjestelmän, monopolin, laajennusta.

MTV:n omat perustelut uudenlaiseen yhteistyöhön Yleisradion kanssa sen sijaan eivät olleet kaikin osin julkisia: (1) yhtiön *mainosmonopolin* turvaaminen ja (2) pyrkimys edistää *oman kanavan* ja *oman toimiluvan* saamista. MTV:n huoli mainosrahasta oli selvää kaikille osapuolille, kenties sekin, että se pelkäsi lehtiyhtiöiden tuloa tv-markkinoille. Kolmoskanavahanke nähtiin yhtiössä osaratkaisuna mainosmyynnin pysähtymiseen. Mutta yhtiön oli ulospäin vaikea perustella sitä, että se halusi pitää kiinni nimenomaan yksinoikeudestaan television mainosajan myyntiin. Vielä vähemmän se liputti julkisesti omaa kanavaa, koska tavoite ei ollut poliittisesti kypsä eikä siten legitiimi. Toimitusjohtaja Eero Pilkama kertoo saa-

neensa hallitukselta tehtäväkseen riitelyn lopettamisen Yleisradion kanssa, mutta siitä huolimatta yhtiön alkuperäinen kolmoskanavaintressi liittyi juuri pyrkimykseen saada MTV:lle oma kanava: ”Se oli koko ajan selvä, myös yhtiön hallituksessa.”[81] Saman vahvistaa varatoimitusjohtaja Paavela: ”Tämä oli se meidän taktiikka: yritämme saada kolmannen kanavan ja myöhemmin yritämme jyrätä sen itsellemme. Se oli lähtökohta koko hommassa. Mutta se kylki edellä emme voineet mennä, koska se olisi tyrmätty heti. – – Tarvittiin siis koalitio.”[82]

Kuten Yleisradiossa hallintoneuvosto, MTV:ssä nimenomaan yhtiön hallitus halusi edistää läheisempää yhteistyötä Yleisradion kanssa, koska se nähtiin ainoaksi keinoksi saada laskevat käyrät uudelleen nousuun. Siksi oma toimilupa lienee ollut MTV:n tavoitteista toissijainen, vaikka kolmoskanavahankkeen ymmärrettiin edistävän myös sitä päämäärää. Se sen sijaan ei ollut merkittävää, kuka omistaisi lähetysverkon. ”Verkon omistaminen ei ole meille itsetarkoitus, vaan vapaus toimia kannattavasti. – – Tämä hanke on tehty niin kuin on tehty, mutta valtioneuvosto voi tietysti antaa Ylelle ja Nokialle luvan myydä meille osuuttaan”, Pilkama myönsi RTTL:n jäsenlehden haastattelussa syyskuussa 1986.[83]

MTV:n näkökulmasta yhteistyön lujittamisessa oli siten kaksi momenttia, taktinen ja strateginen. Ensi vaiheessa oli taktisesti viisasta pyrkiä turvaamaan Yleisradio-vetoinen yhtenäisjärjestelmä ja vasta toisessa vaiheessa pyrkiä strategiseen päämäärään: omaan hiekkalaatikkoon, itsenäisyyteen Yleisradion valvonnasta. Epävarmuustekijöitä tavoitteenasettelussa oli luonnollisesti paljon, mutta selvää oli, ettei vanhalla pohjallakaan voitu jatkaa. Se ei olisi johtanut mihinkään.

Martti Soramäki on tulkinnut kehitystä niin, että uutiset saatuaan MTV:n asenne Yleisradioon muuttui: ”Se kadotti etumatkansa television kehitystyössä Yleisradioon nähden ja alkoi valmistautua lähempään yhteistyöhön yhtiön kanssa. Intensiivisen kilpailun korostamisen sijaan etusijalle nousi yhtiöiden välinen strateginen allianssi.”[84] Toisaalta on nähtävissä, että nimenomaan rahavirran ehtyminen ajoi yhtiöitä yhteistyöhön keskenään. Yhtiöt olivat muodostaneet ”strategisen allianssin” jo televisiotoiminnan alkuvaiheessa kilpaillessaan TES-TV:tä vastaan. Nyt niitä ajoi jälleen yhteen kilpailuhaaste, joka tällä kertaa tuli uustelevision suunnasta. Kolmostelevisio ei ollut yksin Yleisradion keksintö.

MIKSI NOKIA?

Yleisradion ja MTV:n yhteinen historia oli 1980-luvun puoliväliä lähestyttäessä jo liki kolmen vuosikymmenen mittainen, mutta miksi monitoimialayhtiö Nokia kiinnostui kolmoskanavahankkeesta ja läksi kolmanneksi kumppaniksi? Kuka keksi, että juuri Nokia olisi oikea mauste tulevan kanavan reseptissä?

Ensinnäkin oli selvää, että suomalaisella elinkeinoelämällä oli etuja vaalittavanaan televisiotoiminnassa. Elinkeinoelämän Valtuuskunta EVA oli 1970-luvulla ajanut sähköisen viestinnän vapauttamista liiallisesta säätelystä. Vaikka Mainos-TV oli suomalaisen kaupan ja teollisuuden omistama, EVA suhtautui siihen epäillen sen läheisen Yleisradio-yhteyden vuoksi. Siksi se halusikin mieluummin edistää kaapelitelevisiotoimintaa, jonka se näki vapauden airuena ja yleisradiomonopolin haastajana. Elinkeinoelämän silmissä MTV kärsi uskottavuuspulasta, koska sen ohjelmasisältö ei riittävästi palvellut sen etuja. Suomalaisen elinkeinoelämän pitkän aikavälin tavoite oli kuitenkin selvä: Yleisradion monopoli tulisi lakkauttaa ja sekä radioon että televisioon tulisi saada kaupallista kilpailua.[85]

Nämä tavoitteet oli kirjattu myös teollisuuden oman viestintäorganisaation Taloudellisen Tiedotustoimiston tammikuussa 1985 julkaisemaan viestintäpoliittiseen linjaukseen. Siinä vaadittiin paitsi viestintätekniikan aiempaa vapaampaa kokeilemista sekä ilmaisun vapautta ja elinkeinovapautta suosivaa viestintälainsäädäntöä myös sitä, että Yleisradion tulisi luopua ohjelmien välittämisestä ja keskittyä toimimaan pelkkänä ohjelmayhtiönä. Kaapelitelevisioyhtiöiden ja paikallisradioiden mainosrahoitukselle Taloudellinen Tiedotustoimisto puolestaan ei halunnut minkäänlaisia rajoituksia, koska ne estäisivät toiminnan muuttumista kannattavaksi. MTV:n osalta organisaation kanta oli yksiselitteinen: ”MTV:lle on luotava nykyistä selvästi paremmat toimintaedellytykset” muun muassa antamalla sille oma toimilupa ja takaamalla sille täysi vapaus toimia halutessaan myös kaapeli- ja satelliittiteitse.[86]

Kolmoskanavan lupaus epäilemättä viritti elinkeinoelämän uusia toiveita MTV:n suhteen. Merkkinä siitä oli Lohja Oy:n toimitusjohtajan Georg Ehrnroothin ja SOK:n johtajan Matti Sipilän valinta MTV:n hallitukseen huhtikuussa 1986. Ehrnrooth oli Taloudellisen Tiedotustoimiston johtokunnan ja nyt myös MTV:n hallituksen puheenjohtaja. Sipilä taas oli toiminut aiemmin EVAn viestintäasiantuntijana.[87]

Kaupalla ja teollisuudella oli MTV:hen myös kolme välitöntä taloudellista intressiä. Ensinnäkin yhtiöllä oli televisiomainonnan monopoli, mikä teki siitä tärkeän koko suomalaiselle elinkeinoelämälle, etenkin niille yrityksille, joilla oli valtakunnallisia kampanjoita. Televisiomainonnan lopettaminen tai siirtyminen Yleisradion käsiin olisi ollut yritysten etujen vastaista. Toiseksi MTV:llä oli monopoliasemassaan valta määrätä televisiomainonnan hinta. Yhtiön kasvun pysähtyminen nähtiin osittain Yleisradion, osittain MTV:n oman ahneuden syyksi, mutta samalla oivallettiin perimmäiseksi ongelmaksi MTV:n ristiriitainen asema puun ja kuoren välissä. Pilkaman mukaan elinkeinoelämä uskoi MTV:tä kehittämällä voivansa vaikuttaa televisiomainonnan minuuttihintaan.[88]

Kolmas syy elinkeinoelämän kiinnostukseen oli, että se itse asiassa omisti MTV:n. Vuonna 1984 teollisuudella oli sen osakkeista kolmannes, kaupalla ja lii-

kenteellä neljännes sekä pankeilla ja vakuutuslaitoksilla lähes viidennes. MTV:n hallintoneuvoston ja hallituksen miehittivät vuorineuvokset ja suurten yritysten pääjohtajat.[89] Kaupan, teollisuuden ja rahoitusmaailman keskeiset yritykset ymmärsivät, että omaa firmaa piti kehittää. Mutta vaikka teollisuuden päämajassa oli paljon kiinnostusta televisiotoimintaan, Nokian yhteistyö Yleisradion ja MTV:n kanssa lienee tullut sille yllätyksenä. Johtaja Antti Lagerroos, joka kuului Nokian edustajana Kolmostelevision hallitukseen 1985–1990, sanoo, ettei Nokia kysellyt ratkaisua tehdessään Etelärannan mielipidettä: ”Nokia oli jo niihin aikoihin erittäin vahva ja niin iso yhtiö Suomessa. Sillä oli oma tahto. Me emme olleet pätkääkään kiinnostuneita näistä teollisuuden edunvalvontajärjestöistä, vaan teimme ihan omia ratkaisuja.”[90]

Mutta miksi Nokia lähti kehittämään suomalaista televisiotoimintaa ja sitä kautta myös MTV:tä? Yhtiön kiinnostus Kolmostelevisio-hankkeeseen sekä osuus sen käynnistämisessä ja toteutuksessa on jäänyt melkoiseksi arvoitukseksi.

1980-luvun puolivälissä Nokia ei ollut vielä matkapuhelimiin ja mobiiliverkkoihin erikoistunut maailmanluokan jättiläinen, vaan kotimainen teollisuusyhtymä, joka toimi monialaisesti. Nokian Oyj:n historiassaan Martti Häikiö kuvaa, kuinka yhtiö valmisti melkein mitä vain kaapeleista kumisaappaisiin ja tietokoneista talouspaperiin. Salora- ja Luxor-tehtaiden kaupoillaan se tunkeutui vuosina 1982–1983 televisiovastaanottimien valmistukseen. Vähitellen kulutuselektroniikasta tuli sen päätoimiala.

> Salora-kauppa ja siihen kiinteästi liittynyt Luxor-yhtiöiden osto Ruotsista – – oli ensimmäinen operaatio, jossa Nokia haki suuren mittaluokan yrityskaupalla sekä kansainvälistymistä että yhtymärakenteen muuttamista. – – Syyt siihen, että Nokia ja Salora päätyivät yhteen, näyttävät löytyvän ennen muuta Nokian kiinnostuksesta Saloran matkapuhelimiin.[91]

Häikiön mukaan Nokiaa eivät vuonna 1982 siis himottaneet niinkään Saloran televisiot ja stereot kuin Mobira, jossa Salora oli osakkaana. Televisiobisnes tuli lopulta Nokialle ikään kuin Mobiran kaupanpäällisenä – pyytämättä muttei yllätyksenä. Yhtiö kahmaisi käsiinsä enemmistön ruotsalaisesta televisionvalmistajasta Luxorista, koska se oli huomannut, että ammatti- ja viihde-elektroniikan raja oli katoamassa ja että informaatiotekniikan alalla kaikki alkoi liittyä kaikkeen: yhteisantennijärjestelmät, kaapeli-tv, satelliitti-tv, kotipäätteet. Nokia etsi synergiaetuja. Kauppaa perusteltiinkin paitsi markkinajohtajuudella televisionvalmistuksessa myös ”avauksena satelliitti- ja kaapelitelevisiotoimintojen oheismarkkinoille”. Yhtiössä nähtiin, että tulevaisuudessa televisio voisi mennä naimisiin matkapuhelimen kanssa, kenties myös tietokoneen. Salora-Luxor-ryhmä oli Euroopan kuudenneksi suurin televisioiden valmistaja.[92]

Siitä huolimatta Nokia ei ollut päässyt vanhasta maineestaan. Kun se teetti Taloustutkimuksella yrityskuvatutkimuksen vuonna 1985, kävi ilmi, että yleisön mielissä Nokia oli yhä ”kumijalkinetehdas, jolla on elektronisia harrastuksia”. Samana vuonna laadittu yhtiön uusi strategia painotti kansainvälistymistä, muuntumista ja uusiutumista. Kasvua päätettiin hakea uusista tuoteideoista ja liiketoimintaideoista. Strategia määritteli vanhat tuottavat perusteollisuuden alueet, kuten kumi-, muovi- ja metallituotteiden valmistuksen ”rahantekoalueeksi” ja uuden elektronisen puolen ”panostusalueeksi”. Kulutuselektroniikan kasvukausi jatkui vuoteen 1987 saakka, jolloin Nokia osti vielä televisiotehtaita Ranskasta ja Saksasta sekä nousi jo Euroopan kolmanneksi suurimmaksi televisionvalmistajaksi, Philipsin ja Thomsonin kilpailijaksi.[93]

Jo ennen tuloaan Nokia-konsernin osaksi Antti Lagerroosin johtama Salora oli kehittänyt, tuottanut ja markkinoinut korkeatasoista elektroniikkaa sekä kuluttajille että ammattikäyttöön. Sen tuotteistoon kuuluivat niin tv- kuin radiovastaanottimet, videonauhurit, video- ja tietokonemonitorit, videotekstipäätteet, satelliittivastaanottimet ja maksu-tv-laitteet. 1980-luvun puolivälissä yhtiön tehtaat sijaitsivat Salossa, Uudessakaupungissa ja Kemijärvellä, ja se työllisti 2 200 henkeä Suomessa. Vuonna 1984 yhtiön liikevaihto oli melkein miljardi markkaa ja valtaosa sen valmistamista tuotteista meni myyntiin. Salora oli jopa kansainvälisempi kuin Nokia, koska sen tuotannosta 80 prosenttia myytiin Suomen ulkopuolella.[94]

Salora oli varhain hereillä satelliitti- ja maksu-tv-asioissa. Sen tutkimus- ja kehitysyksikkö kävi konferensseissa ja seurasi tarkoin muun muassa Kanadassa ja Japanissa tehtyjä vastaanottokokeiluja, ja 1982 se teki Teknologian Kehittämiskeskuksen (TEKES) kanssa ensimmäisen tuotekehitysavustussopimuksen, joka tähtäsi dekooderin suunnitteluun.[95] Kiinnostus maksu-tv-toimintaan oli suurta, mutta sen leviäminen kompasteli muun muassa siksi, että standardeista ja tuotteiden ominaisuuksista ei ollut markkinoilla yksimielisyyttä. Vuonna 1985 kaikki tärkeimmät laitevalmistajat Euroopassa olivat kuitenkin aktivoitumassa. Salora oli saanut oman maksu-tv-päätteensä prototyypin valmiiksi vuodenvaihteessa 1984–1985, ja sitä oli testattu jo Ruotsissa SVT:n ja Televerketin sekä Suomessa HTV:n kanssa. Standardien ohella kehitystä hidasti poliittinen päätöksenteko, joka ei noin vain avannutkaan tietä uusille tv-keksinnöille. Saloran tutkimus- ja kehitysyksikön muistio totesikin turhautuneesti: ”Johtuen tarvittavista poliittisista päätöksistä ei eteneminen – – ole tapahtunut ennalta suunnitellulla tavalla, vaan päätöksiä maksu-tv-järjestelmien käyttöönotossa on jouduttu lykkäämään – – .”[96]

Jäihin hankkeet menivät muun muassa juuri Ruotsissa, jossa maan yleisradioyhtiö SVT oli valmistellut vuodesta 1982 alkaen kolmannen, maksullisen kanavan perustamista. Salora-Luxor oli ollut hankkeessa laitekehittäjänä aikomuksenaan valmistaa 500–700 kruunun hintaisia dekoodereita, mutta kevättalvella 1985 kult-

tuuriministeri Bengt Göransson päättikin, ettei tekisi kanavasta esitystä valtiopäiville.[97] Pidemmälle päästiin Suomessa Sanoma Osakeyhtiön kanssa. Sopimus maksu-tv-laitteiden toimittamisesta HTV:lle oli solmittu syyskuussa 1984, ja sen mukaan Saloran oli määrä toimittaa vuoden 1985 aikana sekä lähetyskeskuksessa tarvittavat laitteet että kaikkiaan 5 000 kotipäätettä, mutta myöhemmin toimitusaikataulua hidastettiin.[98] Laitteita oli toimitettu myös Tampereen Tietoverkko Oy:lle (TTV) vuodesta 1984 alkaen.

EROON MONOPOLISTA

Puhtaasti Nokian teollisen strategian näkökulmasta Kolmostelevisio, jonka oli alun perin määrä toimia osin maksutelevisiona, edusti juuri sellaista uutta tuoteideaa ja panostusaluetta, josta yhtiö oli lähtökohtaisesti kiinnostunut. Nokian yksi intressi liittyi ilman muuta tarvittavan *maksu-tv-dekooderin kehittelyyn* ja sitä kautta mahdollisesti avautuviin markkinoihin. Maksutelevisio tarvitsi dekooderin, sillä jos katselusta haluttiin periä maksu, kuluttaja tarvitsi laitteen, jonka avulla suojattu televisiosignaali voitaisiin purkaa. Siinä vaiheessa yhtiö oli toimittanut näitä ns. mustia laatikoita jo HTV:lle, ja se uskoi saaneensa Luxor-kaupan myötä lisää asiantuntemusta.[99]

Lagerroos kuitenkin kiistää, että Nokia olisi koskaan kuvitellut kotiuttavansa Kolmostelevisiosta huomattavia voittoja. Hänen mukaansa sen varaan ei koskaan ollut laskettu hirveästi: ”Meidän tavoitteemme kaupallisessa mielessä olivat ihan muualla kuin Suomessa. Täällä markkinat ovat pienet, mutta täällä on hyvä kokeilla asioita.” Laitteiden tuotekehittely ja valmistus eivät kuitenkaan olleet Kolmostelevisio-hankkeen ainoa päämäärä, vaan vain toinen, kenties jopa toissijainen, yhtiön tavoitteista. ”Tekniikka oli yksi puoli siinä. Mutta lisäksi oli se, että me näimme, että näin voitaisiin murtaa Yleisradion monopolia”, sanoo Lagerroos.[100] Lausuntoa voi epäillä jälkiviisaaksi, mutta jos Nokian vierailulla televisioyhtiön vähemmistöosakkaana oli viestintäpoliittinen piilotavoite, hanke oli menestyksekäs ja johti juuri siihen, mihin sillä oli Lagerroosin mukaan pyrittykin: *Yleisradion televisiomonopolin päättymiseen*.

Mitään kirjattua suunnitelmaa Yleisradion monopolin rikkomisesta ei Lagerroosin mukaan Nokiassa ollut, vaan kyse oli enemmän lähes lausumatta jääneestä taustafilosofiasta, joka tuntui istuvan hyvin yhteen paitsi tuotekehittelytavoitteen myös markkinataloudellisten arvojen kanssa.[101] Valitettavasti dokumentoitua vahvistusta tähän ei ole saatavilla. Nokian johtokunnan pöytäkirjat eivät ole olleet tämän tutkimuksen saatavilla, eikä niistä välttämättä mitään löytyisikään. Jos yleisradiomonopolin purkaminen on ollut taustalla, se on voinut jäädä vain muutamien

henkilöiden keskinäisissä keskusteluissa esitetyksi motiiviksi. Kanavahankkeen toiselta tärkeältä taustahahmolta varatoimitusjohtaja Harry Mildhiltä (1931–2005) asiaa ei enää voi tarkistaa.

Yleisradion silloinen pääjohtaja Sakari Kiuru sanoo, ettei hänelle koskaan tullut mieleenkään, että pyrkimys horjuttaa Yleisradion asemaa ”olisi ollut mietitty juoni ja strategia”.[102] Arne Wessberg ja Jussi Tunturi sen sijaan eivät pidä mahdottomana, että Nokia olisi liittänyt hankkeeseen myös yleisempiä viestintäpoliittisia tavoitteita. He uskovat, että yhtiö ”varmasti näki mahdollisuudet”[103] ja kolmoskanavassa ”keinon hiljalleen myös muuttaa tätä viestintämaisemaa, päästä pois tästä hyvin ankarasti konstruoidusta rakenteesta”.[104] Kolmostelevision ensimmäiseksi toimitusjohtajaksi valittu Heikki Lehmusto on pitänyt suorastaan selviönä, että ”Kolmostelevisio perustettiin MTV:n ja elinkeinoelämän kannalta siitä näkökulmasta, että saadaan aikanaan pitkällä tähtäyksellä kanava kaupallisiin tarkoituksiin ja pystytään murtamaan se [Yleisradion] monopoli”.[105]

Jos monopolin purkamiseen oli haluja, ei ole yllättävää, että ne jätettiin kirjaamatta. Yleisradion monopolilla oli siinä vaiheessa laaja poliittinen tuki; liberalisoinnin puolesta puhunut oikeisto oli oppositiossa ja muodosti vähemmistön. Jos kolmoskanavalle haluttiin saada päätöksentekijöiden tuki, hanketta ei kannattanut liputtaa kiistanalaisilla taustavaikuttimilla. Siihen viittaa myös MTV:n varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela, jonka mukaan oli itsestään selvää, että Nokiaa kiinnosti yleisradiotoiminnan rakenteiden muuttaminen. ”Mutta ei siitä keskusteltu. Emmehän mekään [MTV:ssä] koskaan korostaneet monopolin purkamista. Me olimme jo televisiotoiminnassa mukana. Meillä oli mainonnan monopoli itsellämme. Ei se ollut otollinen puheenaihe.”[106]

Itse asiassa Nokian viestintäpoliittisen tavoitteen puolesta puhuu myös se, että vaikka sen kaavailema dekooderibisnes kuivui kokoon jo vuoden 1986 aikana, yhtiön edustaja jäi Oy Kolmostelevisio Ab:n hallitukseen 1990-luvun alkuun saakka. Vähemmistöasemastaan käsin Nokia jäi seuraamaan, kuinka Kolmostelevisiosta tuli vuonna 1990 MTV:n tytäryhtiö, jonka muodostamalle perustalle alettiin rakentaa Suomen ensimmäistä täysin kaupallista valtakunnallista televisiokanavaa, MTV3:a.

Sen sijaan Nokian läsnäolosta oli legitimaatiohyötyä sekä Yleisradiolle että MTV:lle. Vaikka Nokialla oli vasta aavistus tulevasta asemastaan ja vallastaan, se oli Suomen oloissa mahtava tekijä, jonka tielle valtiovalta ei mielellään asettunut. Jaakko Paavelan mukaan MTV järkeili, että Yleisradio lähtee hankkeeseen mielellään, ”koska se saa itselleen mahdollisuuden rahastaa täältäkin mainosmarkkoja”. Nokia taas oli ”niin kovassa nousussa”, ettei ”hallitus uskaltanut vastustaa sitä muutenkaan missään”. Jussi Tunturin mukaan Nokian teki erityisen suotuisaksi kumppaniksi sen asema tekniikan kehittämisen eturintamassa. ”Kun nämä kaksi monopolia

[Yleisradio ja Nokia] ryhtyivät puuhaamaan Kolmostelevisiosta, niin se oli hyvä kilpi valtiovaltaan ja poliitikkoihin nähden."[107]

Jos Kolmostelevisio toteutti Nokian viestintäpoliittisen haaveen Suomessa, monilta muilta osin yhtiön seikkailut televisiomaailmassa epäonnistuivat. Se oli hankkinut omistukseensa valtavan tuotantokapasiteetin, jonka saneeraamisessa se epäonnistui, minkä seurauksena tehtaat pyörivät tappiolla. Kulutuselektroniikasta Nokia luopui kokonaan 1995 samaan aikaan, kun matkapuhelimesta alkoi hahmottua yhtiön uusi valtti.

KOHDEN KOLMOSKANAVAA

Juhani Wiio on kuvannut Yleisradion ja MTV:n pyrkimyksiä Kolmostelevision perustamisessa yhtäältä kilpailullisiksi ja toisaalta puolustuksellisiksi. Ensinnäkin yhtiöt halusivat laajentaa hallitsemaansa mainosmarkkinaa ja siten parantaa kilpailukykyään muuttuvassa viestintämaisemassa. Toisaalta molemmilla oli myös tarve puolustaa omaa erityisasemaansa. Uusi kanava ei olisi saanut häiritä liikaa kummankaan omia hankkeita, kuten ohjelmatoimintaa ja mainosmyyntiä. Esimerkiksi MTV halusi pitää kiinni hintajohtajuudestaan mainoskilpailussa, vaikka Kolmostelevisio oli perustettu nimenomaan jakamaan mainosmarkkinat uudelleen. Joka tapauksessa uutta kanavaa ei olisi voitu toteuttaa kuin kolmen osapuolen yhteistyönä, johon myös laitevalmistajana tunnettu Nokia oli kytketty, koska silloin "hanke voitiin nähdä keinona kehittää kansallista sähköistä mediaa", "kansallisena strategiana". Yksin Yleisradion projektina se olisi tyrmätty ja se olisi tulkittu yhtiön laajentumishalun ilmaukseksi. Samoin olisi käynyt, jos MTV olisi omin päin lähtenyt ajamaan uutta kanavaa itselleen.[108] Päätelmä tuntuu pätevältä.

Tässä luvussa olen tarkastellut Kolmostelevision syntyedellytyksiä sekä ennen muuta sitä, miten eri osapuolten väliset ristiriidat lauhtuivat yhteistyöksi. Poliittisesti ja taloudellisesti Suomi oli 1980-luvulla liberalisoitumassa ja siirtymässä "kilpailutalouteen". Viestintäpolitiikassa oli samanaikaisesti ilmennyt valmiuksia löysentää säätelyä ja lisätä kilpailua, mikä johti muun muassa paikallisradiotoiminnan käynnistämiseen ja kaapelitelevisiota koskevan lainsäädännön valmisteluun. Yleisradion ja MTV:n välisten suhteiden lähenemiseen puolestaan vaikuttivat paitsi niiden yhteiset taloudelliset ongelmat myös huoli ulkopuolisen kilpailun kasvusta. Yhtiöiden yhteisiä "puolustuksellisia" argumentteja olivat kamppailu uustelevision uhkaa vastaan, varautuminen muiden kotimaisten viestintäyhtiöiden kilpailuhaasteeseen sekä ylipäänsä Yleisradion ja MTV:n hallinnoiman yhtenäisjärjestelmän taloudellisen perustan turvaaminen. Nokia oli kaapeli- ja satelliittitelevision kasvun osalta kuitenkin eri asemassa kuin kumppaninsa. Kun Yleisradiolle ja MTV:lle

Taulukko 3 **Yleisradion, MTV:n ja Nokian vaikuttimet Kolmostelevisio-yhteistyöhön**

Miksi yhtiöt lähtivät Kolmostelevisioon?	Yleisradion tavoitteet	MTV:n tavoitteet	Nokian tavoitteet
Vastaus uustelevision haasteeseen	Kamppailu uustelevision uhkaa vastaan	Kamppailu uustelevision uhkaa vastaan	Pyrkimys päästä hyötymään uustelevisiosta
Taktis-kilpailulliset tavoitteet	Varautuminen kilpailuhaasteeseen; mainostulojen turvaaminen	Varautuminen kilpailuhaasteeseen; lisää ohjelma-aikaa mainosmyynnin tarpeisiin	Pääseminen mukaan maksu-tv-päätteiden kehittelyyn
Strategis-poliittiset tavoitteet	Yhtiön johtoaseman ja Yleisradio-vetoisen yhtenäisjärjestelmän turvaaminen	Mahdollisuus omaan kanavaan; Yleisradion monopolin lopettaminen	Yleisradion monopolin ja yhtenäisjärjestelmän horjuttaminen

uustelevisio ilmentymineen näyttäytyi hankkeen perusteluissa torjuttavana vaarana, Nokialle se ilmeni mahdollisuutena, tilaisuutena päästä hyötymään television teknisestä kehityksestä.

Mukaan tulleilla yhtiöillä oli kuitenkin myös omia itsekkäitä intressejään, joista osa oli lyhyen, osa taas pidemmän aikavälin tavoitteita. Yleisradio pyrki varmistamaan oman mainostulovirtansa mutta samalla myös johtoasemansa suomalaisessa yleisradiotoiminnassa. MTV puolestaan halusi raivata uutta ohjelma-aikaa mainosmyynnin tueksi, mutta vähintään yhtä tärkeää sille oli kolmoskanavan kautta täyttää pitkän aikavälin yritysstrategisen tavoitteensa, saada oman kanava. Kolmanneksi osapuoleksi saadulla Nokialla puolestaan oli ilmeinen intressi päästä mukaan maksu-tv-toiminnassa tarvittavien dekooderien tuotekehittelyyn, mutta myös sillä näytti olevan yleisempi tavoite vaikuttaa yleisradiotoiminnan rakenteisiin, horjuttaa Yleisradion monopolia.

Kunkin kolmen yhtiön osallistumisessa kolmoskanavahankkeeseen oli siten sekä taktis-kilpailullisia että strategis-poliittisia tavoitteita. Edelliset tähtäsivät kunkin yrityksen välittömään *taloudelliseen* intressiin tai kilpailuedun saavuttamiseen ja palvelivat viime kädessä myös kaikkien yhtiöiden yhteistä etua. Yhtiöiden strate-

gis-poliittiset tavoitteet puolestaan ilmensivät yhtiöiden *viestintäpoliittisia* etunäkökohtia ja olivat osin ristiriidassa keskenään. Kun Yleisradio halusi lujittaa kolmoskanavalla monopoliaan, Nokia ja MTV halusivat murtaa sen – paradoksaalisesti vahvistamalla aluksi monopolia yhteisen tytäryhtiön avulla. Näistä keskenään vastakkaisista päämääristä yhtiöt eivät liene keskenään keskustelleet, joskin ne lienevät aavistaneet toistensa tausta-ajatukset. Keskinäistä yhteistyötä Kolmostelevisiossa niiden ei kuitenkaan annettu häiritä.

Suomalaisen viestintäpolitiikan pitkää linjaa vasten tarkasteltuna kolmoskanavahankkeesta on helppo tunnistaa sen perustelujen *rakennepoliittinen* perusvire. Kolmostelevisio oli nimenomaan rakenteellinen ratkaisu, yritys ainakin lyhyellä aikavälillä turvata yhtenäisjärjestelmän olemassaolo – mutta kenties pidemmällä aikavälillä mahdollistaa rakenteiden liberalisointi. Yhtä lailla Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteisen sävelen löytyminen kertoo *taloudellisesta pragmatismista*, joka hyväksyi tulonmuodostuksen turvaamisen viestintäpoliittisen ratkaisun perusteluksi. Hankkeen yhdeksi perusteluksi nostettu kotimaisen ohjelmatuotannon laajentaminen ja ulkomaisen kilpailun torjuminen puolestaan palvelivat legitimaatiostrategioina, joilla puhuteltiin suomalaiselle viestintäpolitiikalle tyypillistä *kulttuurista protektionismia*. Aikanaan Kolmoskanavan perustaminen tuli edellyttämään myös *poliittisia kompromisseja*, joihin perehdytään tarkemmin seuraavassa luvussa.

TALOUDEN PUOLESTA TAIVAS-KANAVIA VASTAAN

1980-luvun Suomessa uuden televisiokanavan perustaminen oli poliittisesti, taloudellisesti ja kulttuurisesti mutkikas tapahtuma, joka olisi saattanut johtaa monipolviseen selvitystyöhön, pitkälliseen julkiseen keskusteluun ja kärjistyneeseen ideologiseen vastakkainasetteluun. Kannattaa muistaa, että Mainos-TV teki ankarasti työtä viiden vuoden ajan saadakseen päivittäisen uutislähetyksensä ja että Perttusen komitea omisti MTV:n uutisille kokonaisen mietinnön. Siksi onkin kiinnostavaa, että Suomi sai kolmoskanavan vain vajaat kaksi vuotta kestäneen valmistelun tuloksena ja ilman ainuttakaan eduskuntakeskustelua.

Suomen tietä on opettavaista verrata Ruotsin tiehen. kuten Kolmostelevisio myös TV4 oli maansa ensimmäinen maanpäällistä lähetysverkkoa käyttänyt kaupallinen tv-kanava.[109] TV4:n käynnistäminen lahden takana oli kuitenkin paljon mutkikkaampaa kuin Kolmostelevision taipaleelle lähtö Suomessa. TV4:n idea hahmottui mediayhtiö Bonnierin johtajistoon kuuluneen Gunnar Bergvallin ja SVT:n fiktiopäällikkönä työskennelleen Ingemar Leijonborgin keskusteluissa keväällä 1984. Seuraavana vuonna he laativat ensimmäisen varsinaisen ohjelmistosuunnitelman, joka korosti kanavan ”nuorekasta” ja ”modernia” mutta samalla kotimaiseen ohjelmistoon keskittyvää ilmettä. Myös tulevan televisiokanavan omistajapohjaa alettiin rakentaa jo 1980-luvun puolivälissä, sillä Ruotsin poliittisessa tilanteessa uskottiin laajapohjaisen omistusrakenteen edistävän hankkeen läpimenoa. Eri vaiheissa ennen toimiluvan saamista omistajakuntaan haviteltiinkin niin kustantamoja ja lehtitaloja kuin sijoitusyhtiöitä, pankkeja ja vakuutusyhtiöitä. Myös kanavan ohjelmayhtiöksi tarkoitettu Nordisk Television AB perustettiin jo 1985, joskin pääosa kanavan ruotsalaisesta ohjelmistosta oli määrä tilata ulkopuoli-

silta itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. Yhtenä kanavan ihanteista mainittiin Britannian samoihin aikoihin käynnistynyt Channel Four.[110]

Tarvittiin kuitenkin pitkällinen poliittinen mittelö ja useita valtiollisia selvityksiä, ennen kuin Ruotsi päätyi perustamaan maahan kaupallisesti rahoitetun tv-kanavan. Käännekohdan muodosti vuoden 1989 televisioselvitys, joka viimein katsoi välttämättömäksi hyväksyä mainonta televisioon ja samalla keinoksi säilyttää televisiotoiminta yhteiskunnan valvonnassa.[111] SVT:n monopolia oli jo liki kolmen vuoden ajan syönyt TV3, ruotsalaisen monitoimialayhtiön Industriförvaltnings AB Kinnevikin Lontoosta käsin satelliitin avulla Ruotsin kaapeliverkkoihin levittämä mainoskanava, johon Ruotsin laissa ollut mainoskielto ei ulottunut. Uuden kanavan parhaaksi malliksi televisiokomitea arvioi toimiluvan myöntämisen SVT:stä riippumattomalle yhtiölle, jolle annettaisiin velvollisuus tarjota julkisen palvelun televisiota muistuttava mutta sitä ohjelmistoltaan hieman kevyempi vaihtoehto. Vasta marraskuussa 1991 kulttuuriministeri Birgit Friggebo ja monivaiheisen toimilupakilvan voittanut TV4 allekirjoittivat toimilupasopimuksen, jonka vähimmäisehdot oli määritelty parlamentaarisessa komiteassa ja johon hallitus vielä sen jälkeen oli kiristänyt lukuisia myönnytyksiä. Kauneuskilvassa viime vaiheen kandidaatit, TV4 ja Kinnevikin M3, oli esimerkiksi pakotettu lopulta yhdistämään hankkeensa. Eetterissä, kaikkien ruotsalaisten saatavilla, useita omistajanvaihdoksia matkan varrella läpikäynyt TV4 oli vasta 1992 – kahdeksan vuotta Bergvallin ja Leijonborgin ensimmäisten kanavahahmotelmien jälkeen. Mutkikasta syntyä kuvastaa sekin, että idean isät saivat yhtiöstä potkut heti kanavan käynnistyttyä.[112]

Ruotsissa kaupallisen televisiokanavan esteenä oli kaksi lukkoa, joiden avaaminen osoittautui poliittisesti työlääksi. Ensimmäinen oli radiolakiin kirjattu televisiotoiminnan monopoli, SVT:n yksinoikeus. Toinen oli samoin lakiin kirjattu kielto, jonka mukaan radio- ja televisio-ohjelmissa ei saanut esittää mainoksia.[113] Suomessa kumpaakaan estettä ei ollut: yleisradiotoimintaan oli periaatteessa mahdollista myöntää uusia toimilupia, ja tv-mainontakin oli tullut suomalaisille jo tutuksi.

Tässä luvussa keskityn kolmoskanavan syntyprosessiin, joka ei lyhyydestään huolimatta ollut vailla kiinnostavia viestintäpoliittisia mutkia. Erityisesti keskityn hankkeen valmisteluprosessiin Yleisradiossa ja MTV:ssä. Toiseksi huomiota saa se, kuinka kolmannen televisioverkon toimiluvasta muodostui Suomen ensimmäinen toimilupakilpailu, sillä Oy Kolmostelevisio Ab:n kanssa sitä tavoitteli myös lehtitalojen omistama Oy Kanava Kolme - Kanal Tre Ab. Aluksi pohdin kuitenkin sitä, onko Kolmoskanavalla isää samassa mielessä kuin Ruotsin TV4:llä on.

IDEAN ISÄ?

Nokian varatoimitusjohtajan Harry Mildhin rooli kolmoskanavan perustamisessa on ollut jopa niin merkittävä, että häntä on uumoiltu koko idean isäksi. Mildh vastasi 1980-luvulla Nokian yhteiskuntasuhteista, ja hänet tunnettiin taitavana lobbarina, jolla oli tiiviit suhteet niin johtaviin poliitikkoihin kuin Etelärantaan. Ennen siirtymistään Nokian palvelukseen vuonna 1968 hän oli työskennellyt Suomen Työnantajain Keskusliitossa (STK) jo vuosikymmenen, ja vuodesta 1976 alkaen hän istui Nokian edustajana STK:n hallituksessa. Vuodesta 1980 Mildh kuului myös MTV:n hallintoneuvostoon ja vuodesta 1985 hallitukseen, mistä käsin hänen oli helppo osallistua suomalaisen televisiotoiminnan järjestelyihin. Mutta tuliko aloite Kolmoskanavan perustamiseksi Nokian suunnalta?

Mildhin isyyteen viittaa Yleisradio-historiassaan Raimo Salokangas:

> [Arne] Wessberg muistelee MTV:n hallintoelimissä toimineen Nokian varatoimitusjohtajan Harry Mildhin kanssa syötyä lounasta ensimmäisenä tilaisuutena, jossa ajatus uudesta kaupallisesta tv-kanavasta alkoi konkretisoitua. Keskustelut ja vierailut kansliapäällikkö Jussi Tunturin kanssa tehdyllä Lontoon matkalla vahvistivat uskoa siihen, että rakennemuutoksia oli saatava aikaan.[114]

Missä lounasta syötiin ja milloin? Mitä mahtoi olla Mildhin ja Wessbergin lautasilla? Muistikuvat tapahtumien kulusta ovat epämääräisiä, eikä Mildh ole enää kertomassa omaa versiotaan. ”Edelleenkään en mene vannomaan sitä, mistä suunnasta mikäkin idea tuli”, Wessberg sanoo. Keskustelujen hän kuitenkin muistaa lähteneen liikkeelle nimenomaan Mildhin kanssa. ”Se on tapahtunut silloin, kun olimme nähneet muutoksen tulon ja kun tietoon olivat tulleet Ruotsin maksu-tv-suunnitelmat. Olimme alkaneet miettiä, miten kaikki heijastuu tänne, pitääkö meidän varautua niihin.”[115]

TV1:n johtaja Arne Wessberg puhui Mildhin syöttämästä ideasta läheiselle työtoverilleen kansliapäällikkö Jussi Tunturille. Kysymys oli siitä, kuinka Yleisradion tuli yhtäältä reagoida satelliittien uhkaan ja toisaalta vahvistaa tulorakenteitaan. Kolmannen kanavan mahdollisuuksia yhtiössä oli pohdittu jo aiemminkin,[116] mutta sen lupaus alkoi kirkastua juuri mainitulla Lontoon matkalla. Tunturin mukaan vierailu osui helmikuuhun 1985. Vierailuohjelmassa oli käynti paitsi BBC:ssä myös Sky Channelissa. Yksi tapaaminen oli myös Wessbergin vanhan tuttavan Gunnar Rügheimerin kanssa. Ruotsalainen Rügheimer oli työskennellyt sekä SVT:ssä että BBC:ssä mutta oli sittemmin siirtynyt välittämään elokuvaohjelmistoja Yhdysvalloista eurooppalaisille tv-yhtiöille.

Minä luulen, että se Lontoon-matka vakuutti meidät lopullisesti. – – Me puhuimme siitä jo menomatkalla ja kypsyttelimme ajatusta. Tapasimme Gunnar Rügheimerin, söimme lounasta ja otimme tämän idean esille, ja siitä tulikin vähän pidempi lounas. – – Mä muistan sen Gunnarin äänenpainon, kun hän alkoi puhua: ”Why not Nokia? Take Nokia!” – – Kun me menimme Arnen kanssa hotelliin, hotelli Westburyyn, me istuttiin hotellin lobbyyn ja otettiin paperiserviettejä ja kynä ja piirrettiin organisaatio, yhtiöiden välisiä suhteita ja haarukoitiin näitä mahdollisia omistussuhteita. Se oli ensimmäinen asiakirja, jota Kolmostelevisiosta on koskaan tehty, nämä Westburyn servietit.[117]

Valitettavasti historialliset servietit eivät ole tallessa. Tunturin kertoman mukaan ajatukseksi kiteytyi, että ”kaupallista herkkua” tulisi tarjota tasapuolisesti myös niille, joilla ei ole pääsyä kaapelitelevisioon. Ja samalla, kun puolustettaisiin yleisradiotoiminnan edellytyksiä, toimittaisiin myös aloitteellisesti hyökkäämällä kilpailijoiden leiriin: ”Tällä me motivoimme itseämme. Että nyt hyökätään.”[118] Pääjohtaja Kiurua informoitiin ideasta nopeasti. Hanketta lähdettiin selvittämään, samoin avattiin keskustelu MTV:n kanssa. Kiuru muistelee: ”Ajatus oli niin monella taholla ilmassa, että siihen piti tarttua. Vaikka se minulle henkilökohtaisesti oli aika vastenmielinen juttu, koska minä olin julkisen palvelun edustaja, kansansivistäjä ja kuluttajavalistaja. Mutta jos on johtotehtävissä, täytyy ajatella firman etua.”[119]

Kolmas isäkandidaatti on tietysti MTV. Sillä oli uuteen kanavaan kaikkein suurin oma intressi. Koko hankkeen tärkein liikkeelle paneva sysäys piili MTV:n mainosmyynnin ongelmissa, jotka heijastuivat Yleisradion tuloihin. Yhtiö tarvitsi välttämättä lisää hyvää ohjelma-aikaa, jota Yleisradion kahdelta kanavalta ei liiennyt. Varatoimitusjohtaja Paavela pitääkin Kolmoskanavaa MTV:n ideana. Paavela sanoo laatineensa jo syksyllä 1984 yhtiön hallitukselle muistion, jossa hahmoteltiin koalitiota uuden kanavan taustavoimaksi. Poliittista ja taloudellista uskottavuutta saadakseen yhtiöön tulisi Yleisradion ja MTV:n lisäksi saada Nokia. Viimekätisenä tavoitteena oli uuden verkon myötä lopulta hankkia MTV:lle sen pitkään havittelema oma kanava. Muistiota ei kuitenkaan löydy MTV:n arkistoista. Kolmoskanava näyttääkin alkuvaiheessa olleen hanke, jonka dokumentointi on tietoisesti jätetty tekemättä, koska valmistelun ei ole haluttu vuotavan vääriin korviin. Yleisradion hallituksen pöytäkirjoissa ensimmäinen viittaus kolmanteen televisioverkkoon on vasta kesäkuulta 1985. Hallintoneuvostossa asia oli ensi kertaa virallisesti esillä toukokuun lopussa, kun pääjohtaja Kiuru käsitteli sitä kuukausikatsauksessaan.

Paavelan kertoman mukaan juuri MTV:n johto syötti ajatuksen kolmannesta televisioverkosta yhtiön hallintoneuvostossa istuneelle Harry Mildhille, joka puolestaan esitti idean Yleisradion Wessbergille. ”Eihän *me* voitu lähteä tyrkyttämään sitä”, Paavela perustelee. ”Me mietimme, että jos MTV lähtee hakemaan omaa

kanavaa, niin sehän tyrmätään heti."[120] Myös MTV:n silloin tuore toimitusjohtaja Eero Pilkama pitää MTV:tä kolmoskanava-ajatuksen isänä: "Me avasimme keskustelun nimenomaan tämän kriisin myötä. Ei niinkään Kolmostelevision tai -kanavan nimellä, vaan nimenomaan siitä näkökulmasta, että satelliitti painaa päälle, kaapeli vie rahat ja ettei tämä voi jatkua niin, että meillä on vain ne 20 tuntia viikossa."[121] Pilkama muistaa keskustelleensa asiasta ensin Mildhin kanssa ja sitten käyneensä vielä Nokian pääkonttorissa Mikonkadulla selostamassa tilannetta. Nokian sisällä vastuuhenkilöksi nimettiin Salora Oy:n hallituksen puheenjohtaja Antti Lagerroos, joka kuului myös Nokian johtokuntaan. Myös Lagerroos kertoo Mildhin tehneen kaiken perustavan työn ja tulleensa itse mukaan vasta silloin, kun piti saada joku rakentamaan hankkeen liiketaloudellista puolta. "Harry ei olisi ollut oikea siihen hommaan. – – Hän oli lobbaaja. Hän oli tehnyt sen pohjatyön ja muokannut maaperän valmiiksi."[122]

Jälkikäteen näyttää siltä, että Kolmostelevisiolla on useita isäkandidaatteja ja ajatus tuntui kypsyneen samanaikaisesti useilla tahoilla. Keskustelu "idean isästä" saattaa sen tapauksessa olla suorastaan tarpeetonta. Yhteiskunnallisten muotojen alkuperän etsimisen on kyseenalaistanut muun muassa Michel Foucault genealogisessa lähestymistavassaan. Hänen mukaansa asioiden alkuperää ei suoranaisesti koskaan ole olemassa, vaan varmempaa on puhua asioiden kehkeytymisestä tai ilmaantumisesta.[123] Myös Kolmoskanavan edellytykset muotoutuivat vähitellen ja kiteytyivät osapuilleen yhtä aikaa mutta varsin erilaisina ideoina useiden eri toimijoiden mielissä. Lopullinen muoto oli niistä kehkeytyvä kompromissi. Yleisradion silloisen johdon piirissä hanketta kehiteltiin omana ideana, vaikka se olikin sille syötetty Nokian kautta. Nokia voi hyvällä syyllä kokea toimineensa tärkeänä katalysaattorina, joka auttoi Yleisradiota ja MTV:tä löytämään toisensa. Ja MTV puolestaan voi oikeutetusti vedota isyyteensä, sillä sen kulissien takana tekemät aloitteet lienevät olleet koko hankkeen siemenenä. Vaikka Kolmoskanavaa valmisteltiin keväällä 1985 jo varsin aktiivisesti Yleisradion johdon esikunnassa, pääjohtaja Kiuru ei sittenkään tainnut valehdella kertoessaan yhtiön korkeimmalle päättäjälle, hallintoneuvostolle, toukokuun viimeisenä päivänä, kuinka "ensin rahoittaja- ja ohjelmayhtiömme MTV Oy ja sittemmin viestintälaitteita tuottava elektroniikkayhtymä Oy Nokia Ab ovat kääntyneet puoleemme yhteistyötarjouksin".[124]

Vaikka Kolmostelevisiota on aiemmissa tutkimuksissa pidetty ennen muuta Yleisradion omana yritysstrategisena menestysratkaisuna,[125] se ei ole koko totuus. Pitkällä aikavälillä hanke osoittautui myös MTV:n yritysstrategiseksi voitoksi, jonka lopputuloksena yhtiö sai kaipaamansa oman kanavan.

TAIVASKANAVIA VASTAAN

Siitä, kuinka hiiskumatta Kolmoskanavaa valmisteltiin, kertoo se, että ensimmäinen kirjallinen dokumentti, jossa kolmannen jakeluverkon mahdollisuudet sekä Yleisradion, MTV:n ja Nokian mahdollinen yhteistyö nostetaan esille, on huhtikuulta 1985. Yllättävää sen sijaan ei ole, että muistion laatija on TV1:n johtaja Arne Wessberg. Uuden kanavan perustamista oli siihen asti käsitelty vain epävirallisesti. Sikäli kuin asia on ollut esillä Yleisradion tai MTV:n hallituksissa, se on tietoisesti jätetty merkitsemättä pöytäkirjoihin. Pääjohtaja Kiurun mukaan tunnustelut hallintoneuvoston poliittisten ryhmien kanssa alkoivat vasta toukokuun aikana, jolloin myös selvisi, että puolueiden sisällä oli hyvin erilaisia näkemyksiä eikä hankkeen läpimeno olisi helppoa.[126]

Jo mainitussa ensimmäisessä muistiossaan, joka oli tarkoitettu Yleisradion hallituksen maisteltavaksi, Wessberg korosti kanavahankkeen taloudellista merkitystä. Hänen mielestään yleisradioyhtiöiden tuli lähteä hyödyntämään uusia jakeluteitä, mutta vain sillä edellytyksellä, että toiminta samalla vahvistaisi niiden taloutta ja varmistaisi esitysoikeuksien saannin. Talouden vahvistuminen tarkoittaisi Suomen tapauksessa esimerkiksi sitä, että ”MTV saisi mahdollisuuksia lisätä osuuttaan mainostoiminnan kokonaisliikevaihdosta hyödyntämällä paikallisen mainonnan mahdollisuuksia”. Ohjelmiston saaminen puolestaan voisi Wessbergin mukaan toteutua kustantamalla osa mielenkiintoisten tapahtumien tai ohjelmien esitysoikeuksista maksu-tv-toiminnalla. Ratkaisuksi ehdotettiin, että Yleisradio muodostaisi yhdessä MTV:n ja Nokian yhtiön, joka ryhtyisi kokoamaan ohjelmistoja ja joka samalla olisi ”sellainen jakeluteiden kombinaatio, joka on mahdollisimman edullinen kotimaiselle laitetuotannolle”.[127]

Yleisradion johdossa aloite koettiin lupaavana, mutta miten se saadaan kaupatuksi hallintoneuvostolle? Ratkaisevia askeleita otettiin, kun Wessbergin edellistä kehitellympi muistio esiteltiin 28. toukokuuta sosiaalidemokraattien hallintoneuvostoryhmälle. Sakari Kiurun muistelmien mukaan tapaamisen paikkana oli ravintola Mestaritalli, joka sijaitsi Yleisradion toimitalon naapurissa Merikannontiellä. Hallintoneuvoston jäsen Reino Paasilinna asettui heti puolustamaan aloitetta: ”Tällaista on jo kauan odoteltu”. Muista paikalla olleista Riitta Järvisalo edellytti, että Yleisradio saisi enemmistöaseman uudessa yhtiössä, kun taas Juhani Surakka piti tarpeellisena, että kanavan näkyvyysalue ulotettaisiin myös Jyväskylään. Pekka Starast taas piti hanketta epäyleisradiomaisena, ja myös Lauri Siivonen näki siinä ongelmia. Seuraavana päivänä järjestettiin sosiaalidemokraattien ja keskustan yhteinen ryhmäkokous, jossa keskustalaisten innostus oli kuitenkin laimea ja hallintoneuvoston puheenjohtaja Reino Karpola melkein ainoa myötämielinen.[128]

TV1:n johtaja oli hyvin tietoinen sisaryhtiö SVT:n pitkään jatkuneesta maksu-tv-hankkeesta, jonka aktiivinen edistäminen kuitenkin oli sittemmin pysäytetty. Wessbergin mielestä Suomen tulisi lähteä aktiivisesti kehittämään tilaus-tv-toimintaa yhdessä Ruotsin kanssa ja muodostamaan koemarkkinoita tekniikan kehittämiseksi. Niinpä muistio päätyy ehdottamaan, että yleisradiotoiminnan tuli ryhtyä hyödyntämään uusia jakelukanavia sekä sitä kautta lisäämään yleisöä kiinnostavien sisältöjen tarjontaa ja vahvistamaan taloudellista asemaansa tarjoamalla MTV:lle lisää mainosaikaa. Kiinnostavien sisältöjen tarjontaa taas voitaisiin lisätä muuttamalla osa sisällöistä maksullisiksi. Wessbergin ratkaisuksi tarjoama kolmannen jakeluverkon perustaminen merkitsisikin "selvästi markkinahakuisen toiminnan käynnistämistä" – myös siltä osin, että sen rahoittamisen tulisi tapahtua "riskirahoituksella ilman lupamaksuin kerättyjä varoja".[129]

Wessbergin muistio päättyi kahdeksankohtaiseen ehdotukseen, jonka sisältö oli tiivistetysti seuraava:

1. Yleisradio, MTV ja Nokia muodostaisivat ohjelmien hankintaa ja ohjelmatoimintaa varten yhteisen yhtiön, joka toimisi mainosrahoituksella ja osin tilaus-tv-tuotoilla.
2. Yhtiön toiminta käynnistyisi Yleisradion toimiluvan turvin.
3. Yhtiö rakentaisi yhdessä Yleisradion kanssa kolmannen televisioverkon, joka aluksi peittäisi vain tiheimmin asutut seudut. Rakentamiskustannukset katettaisiin vuokratuloin.
4. Maanpäällisen verkon hyödyntäminen pitäisi perusinvestoinnit katsojaa kohden kohtuullisina.
5. Verkko rakennettaisiin vuosikymmenen loppuun mennessä, mikä tarjoaisi mahdollisuuden paitsi alueellisiin ja ruotsinkielisiin ohjelmiin myös alueelliseen mainontaan.
6. Myöhemmin kanava voisi tarvittaessa siirtyä satelliittijakeluun.
7. Satelliittijakeluun siirtymisen edellytyksenä olisi tilaus-tv-toiminnalla luotu asiakaskunta.
8. Satelliittijakelu voisi toimia myös koko Pohjolan kattavan jakelujärjestelmän perustana.[130]

Wessbergin ehdotuksen loppuosa liittyi aikakauden satelliittikeskusteluihin ja pohjoismaisiin Nordsat- ja Tele-X-hankkeisiin, joiden yhtenä unelmana oli levittää Pohjoismaisten yleisradioyhtiöiden tv-kanavat kaikkien pohjoismaalaisten ulottuville. Satelliittisuunnitelman tausta oli teknologiapoliittinen, mutta Pohjoismainen ministerineuvosto edisti sitä vahvasti kulttuuripoliittisin perustein. Suomessa hankkeen puolesta puhui etenkin RKP. Kaupallinen Tele-X-satelliitti lopulta lau-

kaistiin taivaalle vuonna 1989, mutta sen kulttuuripoliittinen alkumuoto Nordsat haudattiin jo 1986.[131] Ehdotuksen alkuosa sen sijaan sisälsi Kolmoskanava-hankkeen ytimen: kolmannen tv-verkon avaamisen, kolmen yhtiön yhteistyön, mainos- ja tilausrahoituksen yhdistelmän sekä rakentamisen riskirahoituksella.

Wessbergin muistiossaan esittämä ajatus maksutelevisiosta ja uusien jakeluteiden käyttämisestä ei ollut ensimmäistä kertaa ilmassa, sillä Wessberg oli väläyttänyt sitä jo Yleisradion vuosikertomuksessa pari vuotta aiemmin:

> Tällöin esimerkiksi osa kalliista ulkomaisesta ja kotimaisesta tuotannosta, esimerkiksi elokuvat, voitaisiin ensin esittää maksua vastaan ja vasta myöhemmin normaalijakelussa. Tuotantomahdollisuutemme voisivat ehkä näin parantua, samaten mahdollisuutemme kilpailla yhä kallistuvasta ulkomaisesta ohjelmamateriaalista.[132]

Wessbergin apuna niin edellä siteeratun muistion laadinnassa kuin sähköisen viestinnän kehityksen hahmottamisessa toimi Yleisradion vuonna 1983 perustama erityinen viestinnän kehitysryhmä, jonka keskeisenä tehtävänä oli seurata sähköisen viestinnän näkymiä. Ryhmää johti aluksi sittemmin liikenneministeriöön siirtynyt Kaj-Peter Mattsson. Viestinnän kehitysryhmä oli laatinut ne pari muuta muistiota, jotka edelsivät pääjohtaja Kiurun puhetta hallintoneuvostolle. Viestinnän kehitysryhmän mukaan uustelevision perinteiselle yleisradiotoiminnalle aiheuttamat uhat olivat seuraavat:

- Yleisö osittuu ja yleisradio-ohjelmien osuus katselusta pienenee.
- Ohjelmiston kotimaisuusaste vähenee ja alan työllisyys pienenee.
- Osa ohjelmatarjonnasta (urheilu, elokuvat) siirtyy suljettuihin jakelujärjestelmiin.
- Yleisradion rahoitus vaikeutuu ja yhtiö jää jälkeen alan taloudellisesta kehityksestä.
- Sähköisen viestinnän kulutuksen kasvu suuntautuu ohi yleisradiotoiminnan.
- Viestintäalan uusien kaupallisten yrittäjien asema vahvistuu.[133]

Ennen hankkeen esittelyä hallintoneuvostolle kehitysryhmä laati myös luonnoksen tavoitejulistukseksi, jonka Yleisradio, MTV ja Nokia voisivat yhdessä allekirjoittaa. Se perusteli kolmen yrityksen yhteistä viestintäyhtiötä ”yleisillä kulttuuri- ja teollisuuspoliittisilla tavoitteilla”. Uuden viestintäyhtiön päätehtävänä olisikin ”tukea Yleisradion ja MTV:n toimintamahdollisuuksia uudessa kilpailutilanteessa ja siten parantaa edellytyksiä kansallisen ohjelmatoiminnan jatkuvalle ja monipuoliselle kehittämiselle”. Uuden yhtiön tulisi ”täydentää nykyistä yleisradiotoimintaa välittämällä yleisölle laadukasta ja monipuolista ohjelmatarjontaa” sekä kehittää ”sellaista kilpailukykyistä ohjelmatarjontaa”, joka pitäisi yleisön ”kansanvaltaisesti

valitun ohjelmatarjonnan ulottuvilla". Edelleen julistusluonnos kertasi jo Wessbergin muistiossa esiin nostetut seikat: että uusi kanava toimisi Yleisradion toimiluvalla ja ettei sen rakentamista rahoitettaisi lupamaksuilla.[134]

Jo näissä ensimmäisissä hahmotelmissa tiivistyy kolmoskanavahankkeen rakennepoliittinen perusfilosofia, eli nykyisten toimijoiden muodostaman kotimaisen yleisradiotoiminnan turvaaminen. Siitä on luettavissa myös taloudellisen pragmatismin oppi, eli hankkeen ensisijaisesti taloudellinen perustelu, sekä pyrkimys eri osapuolten yhteisten etujen huomioonottamiseen ja sovitteluun. Ja ennen muuta niin Wessbergin kuin viestinnän kehitysryhmän muistioista huokuu kulttuurisen protektionismin eetos, eli pyrkimys turvata kotimaisten toimijoiden edut kansainvälisen uhan edessä ja pitää yleisö "kansanvaltaisesti" valitun ohjelmiston äärellä. Toisaalta nähtävissä ovat paitsi kuvatut *viestintäpoliittiset* myös välittömät *ohjelmapoliittiset* etunäkökohdat. Yleisradio oli huolissaan siitä, onko yhtenäisjärjestelmän käytössä riittävän kiinnostavaa ohjelmistoa, jolla se kykenisi kilpailemaan uusia haastajia vastaan.

Myös tulevan viestintäyhtiön organisaatiosta ja ohjelmistosta alkoi muodostua käsitys jo ennen kuin hanketta esiteltiin Yleisradion hallintoneuvostolle. Organisaation tulisi ensinnäkin olla pieni, ja toiseksi sen tulisi ostaa palveluja ja ohjelmistoa ulkopuolisilta. Yleisradion lähtökohta oli, että muodostettava firma olisi nimenomaan Yleisradion tytäryhtiö, josta se omistaisi esimerkiksi 51 prosenttia tai jopa kaksi kolmannesta. Kanavan ohjelmistoa viestinnän kehitysryhmä hahmotteli "korkeatasoiseksi ja monipuoliseksi" ja "nykyisten tv-kanavien ohjelmatarjontaa täydentäväksi". Kanavan kotimaisuusasteen oli tämän ensimmäisen hahmotelman perusteella määrä olla korkea ja tarjonnan edistää ohjelmiston pientuotantoa.[135]

SALAISESTA JULKISEEN VALMISTELUUN

Hämmästyttävää on, kuinka hyvin kanavahanke pysyi salassa aina siihen asti, kunnes Kiuru lopulta esitteli idean hallintoneuvostolle toukokuun viimeisenä päivänä. Joitain vihjeitä kuitenkin oli jo saatu. Helmikuun alussa oikeusministeri Christoffer Taxell (r) oli väläyttänyt *Keskisuomalaisen* haastattelussa, että Yleisradiolla olisi aikeita kolmannen televisiokanavan avaamiseen. Jos hankkeesta tulisi totta, piti ruotsinkielisen väestönosan edut hänen mielestään turvata. Maaliskuussa puolustusministeri Veikko Pihlajamäki (kesk) arveli, että hankkeeseen voisi liittyä Yleisradion ja MTV:n keskinäistä yhteistyötä ja että toisin kuin kaapelitelevisio uusi kanava voisi palvella kaikkia kansalaisia. Pihlajamäki ehdottikin, että kolmatta tv-kanavaa tulisi kehittää nimenomaan alueellisen lähetystoiminnan tarpeisiin, mikä ratkaisisi myös suomenruotsalaisten haaveet rannikkokanavasta.[136] Sekä Taxell että Pihlaja-

mäki kuuluivat hallituksen viestintäpoliittiseen ministerivaliokuntaan, jonka keskuudessa Yleisradio oli tehnyt jo asiaan liittyviä poliittisia tunnusteluja. Kanavan varsinainen kuningasajatus – Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteistyö – ei ollut silloin vielä kuitenkaan kiteytynyt.

Sen laajemmalle keskustelu kolmannesta kanavasta ei kuitenkaan levinnyt kevään 1985 kuluessa. Vain harvat henkilöt kussakin kolmessa yhtiössä tiesivät yhtiöiden välillä asiasta käydyistä keskusteluista mitään. Hankkeeseen liittyviä asioita ei välttämättä edes käsitelty Yleisradion ja MTV:n hallintoelinten virallisissa kokouksissa ennen kesäkuuta 1985. Näin salailua kuvaavat Paavela ja Tunturi:

> Tehtiin salaa. Pieni piiri tiesi, ja se pieni piiri ei puhunut mitään. – – Jos joku kysyi, niin minä en sanonut mitään. Tai sanoin, että totta kai meillä on oma kanava tähtäimessä. Eihän se mikään salaisuus ollut. Se oli ollut tähtäimessä vuodesta 1957 lähtien.[137]

> Se oli ratkaisevaa, että asia pysyi salassa. Ja sitä myös vannotettiin. Ihme, ettei se vuotanut. Ja että se tuli aika yllätyksenä muulle maailmalle. – – Sehän oli selvää, että hanke tulisi heti julkiseksi, kun se tulee hallintoneuvostoon.[138]

Kun Yleisradion hallintoneuvoston varapuheenjohtaja Lauri Sivonen kävi kesäkuun alussa selostamassa kolmoskanavahanketta SDP:n puoluetoimikunnalle, hän aloitti pyytämällä anteeksi sitä, ettei näin tärkeää viestintäpoliittista asiaa ollut tuotu puolue-elinten pohdittavaksi. Hänen mukaansa asiassa oli ”edellytetty vaitioloa”.[139]

Kolmoskanavahankkeen kulissien kätköissä tapahtunutta valmistelua seurasi kesän ja syksyn 1985 kestänyt yhtiöiden keskinäinen avoin valmisteluprosessi, jossa julkisuutta käytettiin valikoivasti hyväksi. Vaikka hankkeeseen liittyi paljon liikesalaisuuksia, sitä esiteltiin mielellään poliitikoille, mainostajille ja erilaisille sidosryhmille, jopa lehdistölle, koska kolmoskanavalle etsittiin samalla hyväksyntää. Yleisradion hallintoneuvosto oli hankkeen etenemisen kannalta ratkaiseva instanssi. Jos hallintoneuvosto olisi tyrmännyt Kiurun pehmennetysti ja alustavana sille esittelemän idean, kolmoskanava olisi haudattu ties kuinka pitkäksi ajaksi.

> On itsestään selvää, ettei yhtiön hallitus ole voinut eikä halunnut edetä asiassa pidemmälle ennen kuin se on saanut tietoa hallintoneuvoston asenteista. – – Omissa keskusteluissaan hallitus on todennut, että yhteistoimintamallin vaikutuksia tulee selvitellä huolellisin tutkimuksin. Avoimia ongelmiahan on runsaasti, samoin riskitekijöitä, jotka tulee minimoida. Selvitettävät kysymykset koskisivat mm. toimintamallin organisaatiota, taloutta, ohjelmien koostumusta, juridisia seikkoja sekä Yleisradion nykytoiminnan suhdetta uuteen avaukseen.[140]

Kolmoskanavan onneksi hallintoneuvosto piti hanketta ”mielenkiintoisena avauksena, joka kuitenkin edellyttäisi perusteellisia selvityksiä ennen ratkaisujen tekemistä”.[141]

Perusteellisempi keskustelu käytiin kaksi viikkoa myöhemmin, kun Yleisradion hallitus pyysi hallintoneuvostolta valtuuksia jatkaa ”tytäryhtiöhankkeen” selvittämistä. Pertti Salolainen ilmoitti kokoomuksen ”suhtautuvan hankkeen selvittämiseen periaatteessa myönteisesti”. Kielteisenä puolena Salolainen piti ”viimeisen käytettävissä olevan valtakunnallisen tv-kanavan varaamista tarkoitukseen, jolloin yksityiselle vaihtoehdolle ei jää enää tilaa”. Antero Jyränki ilmoitti kansandemokraattisen ryhmän sen sijaan suhtautuvan hankkeeseen varauksellisesti, koska ”perusteluina esitetyt ohjelmapoliittiset tavoitteet kansallisen tv-ohjelmiston tukemisesta” eivät hänen mielestään olleet kestäviä. Jyränkiä epäilytti myös yhteistyö MTV:n ja Nokian kanssa. Keskustan Mauri Pekkarinen korosti aluepolitiikkaa vaatien, että ”hanketta suunniteltaessa tulee heti alkuvaiheessa lähteä siitä, että kolmannesta tv-kanavasta luodaan vähitellen valtakunnallinen”. Neuvottelutauon jälkeen Yleisradion johto sai toivomansa neuvotteluvaltuudet. Pöytäkirjaan merkittiin kuitenkin myös, ”ettei selvitysvaltuuksien myöntäminen hallitukselle merkitse kannanottoa hankkeen sisältöön tai sen toteuttamiseen”.[142]

Kiuru kertoo merkinneensä päiväkirjaansa, ettei hallintoneuvoston keskustelu taannut kovin suurta varmuutta hankkeen kannatuksesta. ”Mutta jos neuvottelutulos on järkevä, siitä on tosipaikan tullen vaikea kenenkään irtautua.”[143] Kiinnostava yhteensattuma on, että samassa hallintoneuvoston kokouksessa keskusteltiin myös Yleisradion toimiluvan uusimisesta, koska sen voimassaolo oli päättymässä vuoden lopussa. Kokoomuksen Salolainen muistutti keskustelussa kokoomuksen kannasta, jonka mukaan ”MTV Oy:lle tulisi myöntää oma toimilupa”. Hallintoneuvoston muut ryhmät kirjauttivat pöytäkirjaan torjuvan kantansa ja pitivät ajatusta epäajankohtaisena.[144]

”ILMEISEN MAHDOLLINEN HANKE”

Hallintoneuvoston myöntämän valtuutuksen jälkeen asioiden valmistelu siirtyi yhtäältä yhtiöiden yhteiseen neuvotteluryhmään sekä viiteen työryhmään. Niiden tarkoitus oli sovitella omistajayhtiöiden etunäkökohdat yhteen. Yleisradio nimesi neuvottelijoikseen TV1:n johtajan Arne Wessbergin ja TV2:n johtajan Tapio Siikalan sekä yhtiöiden välisen neuvottelukunnan sihteeriksi ensin Kaj-Peter Mattssonin, jonka kuitenkin jo loppukesästä korvasi varatuomari Jyrki Pakarinen. Lisäksi Yleisradio nimesi ”tytäryhtiö-projektin johtoryhmän” ohjaamaan yhtiön neuvottelijoita. Sitä johti pääjohtajan varamies Jouni Mykkänen.[145] MTV:ssä asia eteni

vähemmän byrokraattisesti ja vieläkin liukkaammin, sillä yhtiö oli nyt pääsemässä käsiksi siihen, mitä se eniten juuri tahtoi, kun taas Nokiassa Kolmoskanava lienee ollut vain yksi monista teknisistä kehitysprojekteista, jonka taloudellisesti sitova merkitys ei tässä vaiheessa ollut suuri. MTV:n pääneuvottelijat hankkeessa olivat toimitusjohtaja Eero Pilkama ja varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela, Nokian taas Harry Mildh ja Antti Lagerroos.

Yhtiöiden keskinäisten selvitystyöryhmien vastuualueina olivat juridiikka ja hallinto, ohjelmisto, markkinointi, talous sekä tekniikka. Vaikka Nokialla oli edustus jokaisessa työryhmässä, yhtiön rooli painottui ymmärrettävästi tekniikkaan ja siinäkin paljolti kotipäätteisiin, ns. mustiin laatikoihin, joita tarvittaisiin maksu-tv-lähetysten salatun koodin purkamisessa. Itse lähetysverkkoon liittyvien laskelmien tekeminen oli pääasiassa Yleisradion ja etenkin sen teknillisen johtajan Erkki Larkan vastuulla. Syyskuun alkuun mennessä työryhmät laativat omat taustaselvityksensä. Samoin syyskuussa alkoi hahmottua, millaisesta tytäryhtiöstä tulevassa Kolmostelevisiossa olisi kyse. Eri osapuolten kertoman mukaan neuvottelut sujuivat hyvin eikä näkemyserojen annettu häiritä liikaa valmisteluja. Yhteinen intressi ajoi eteenpäin.[146]

Alkuvaiheessa ydinkysymykseksi näytti muodostuvan kysymys siitä, kuka tulevan yhtiön omistaisi ja millaiset olisivat omistajien väliset voimasuhteet. Johtotason neuvotteluryhmän ensimmäiselle kokoukselle varattu kaksituntinen kului vaihtoehtojen punnintaan ja niistä käytyyn kiistaan. Mahdollisuuksia oli kolme. Yhden mukaan Yleisradio olisi enemmistöosakas, mutta sen ehdotonta määräysvaltaa päätöksenteossa olisi loivennettu jonkinlaisella yksimielisyysvaatimuksella. Toinen vaihtoehto oli, että Yleisradion osuus olisi jäänyt 50 prosenttiin. Tällöinkin tärkeissä kysymyksissä olisi edellytetty omistajien keskinäistä konsensusta. Kolmannen vaihtoehdon mukaan olisi haettu kokonaan toisenlaista ratkaisua esimerkiksi tekemällä Nokiasta selvä enemmistöosakas tai hakemalla omistajakonsortioon vielä jokin neljäs osapuoli.

Yleisradion alustava kanta oli, että se halusi perustettavasta yhtiöstä enemmistön, jolloin firmasta tulisi sen tytäryhtiö. Toisaalta yhtiö piti myös kakkosvaihtoehtoa mahdollisena. Nokia puolestaan katsoi, ettei se voisi osallistua Yleisradion tytäryhtiön toimintaan, koska silloin se joutuisi Yleisradion hallintoneuvoston päätösvallan alaisuuteen. MTV jätti kantansa vielä avoimeksi. Sen mielestä piti vain löytää kaikkia osapuolia tyydyttävä ratkaisu. Tulevan Kolmostelevision omistusta ja hallintoa pohdittiin kolmen lainoppineen, Jussi Tunturin, Jaakko Paavelan ja Antti Lagerroosin, muodostamassa työryhmässä. Syyskuuhun mennessä he pääsivät yksimielisyyteen omistussuhteista. Valituksi tuli vaihtoehdoista keskimmäinen, koska siinä Yleisradion, MTV:n ja Nokian keskinäiset edut tasapainottuivat parhaiten. Sekään ei lopulta muodostunut esteeksi, että uudesta yhtiöstä päätettiin

tehdä Yleisradion tytäryhtiö. Muille osakkaille riitti, että päätöksenteko perustettavassa firmassa perustuisi tosiasialliseen yhteisymmärrykseen. Lopulta Yleisradio ei itsekään halunnut enemmistöä, sillä silloin uuden yhtiön alkuvaiheen tappiot olisi pitänyt kirjata Yleisradion konsernitilinpäätökseen.[147]

Omistuskiistaan liittyi myös kysymys siitä, kuka omistaisi lähetysverkon. Yleisradion mielestä perustettava yhtiö rakennuttaisi ja hallitsisi mutta Yleisradio omistaisi, kun taas MTV:n mielestä uusi yhtiö voisi myös omistaa verkon. Verkon omistusta ja hallintaa koskeneen kiistan ratkaisi poliittinen realismi. Jos verkon hallinta olisi perustettavalla osakeyhtiöllä, se tarvitsisi myös oman toimiluvan. Jos verkko taas olisi Yleisradion omistama, uusi kanava voisi toimia Yleisradion "apuyhtiönä" samaan tapaan kuin MTV. Jälkimmäistä pidettiin poliittisesti helpoimmin läpi vietävänä vaihtoehtona. Lopulta Yleisradio päätyi myös verkon rakentajaksi, mutta siten, että Yleisradio sitoutuisi vuokraamaan sen ohjelma-ajan uudelle yhtiölle, joka puolestaan sitoutuisi vuokraamaan tarvitsemansa ohjelma-ajan Yleisradiolta.[148]

Ohjelmiston suuntaviivoja hahmottelivat Yleisradion ohjelmistopäällikkö Lars-Peter Ringbom ja MTV:n ohjelmajohtaja Tauno Äijälä. Nokian edustaja ryhmässä oli Heikki Koskinen. Heidän raporttinsa ydin löytyy ohjelmakartasta, jonka perusajatuksena olivat "selkeät ja säännölliset lähetysajat sekä helposti muistiin jäävä perusrakenne".

Ohjelmaa olisi tarjolla 40–50 tuntia viikossa. Arkisin lähetysten oli määrä alkaa kello 18.00 lyhyellä aluepainotteisella uutislähetyksellä, jota seuraisi tunnin mittainen viihdettä ja fiktiota tarjoava kotimainen blokki. Ennen kello 20.30 alkavaa maksu-tv-osuutta tarjolla olisi vielä kaksi ulkomaista sarjaa sekä päivittäinen visailu. Lisäksi ohjelmien välissä olisi sähkeuutisvälähdyksiä. Viikonloppuisin ilmaista tarjontaa olisi vain alkuillassa ja maksulliset lähetykset alkaisivat jo kello 19.00. Ne koostuisivat pitkistä elokuvista, sarjoista, urheilusta ja houkuttelevista tapahtumista. Urheilua oli määrä olla tarjolla joka päivä, ja etenkin viikonloppuisin olisi varauduttu joustavasti pitkiin urheilulähetyksiin. Erityisesti kanavalle etsittäisiin jatkuvajuonisia minisarjoja, joita voitaisiin ajaa ulos yhteen menoon viitenä päivänä viikossa. Tavoitteena oli myös rakentaa kolmoskanavasta ensi-iltaelokuvien esitysfoorumi. Lastenohjelmia tai aamulähetyksiä kanavalla ei olisi lainkaan. Mainosrahoitteisen ohjelmiston kustannuksiksi ryhmä arvioi 21,5 miljoonaa markkaa ja pay-tv-ohjelmiston kustannuksiksi 25 miljoonaa markkaa vuodessa.[149]

Kanavan vahvuudeksi laskettiin se, että sen tukena olisivat Yleisradion ja MTV:n koko journalistinen ja tuotannollinen osaaminen, arkistot sekä kansalliset ja kansainväliset yhteydet. Erityisen tärkeäksi kilpailutekijäksi Ringbom ja Äijälä nostivat sen, että kolmosella pystyttäisiin tarjoamaan kotimaisia ohjelmia, mihin kaapeli- ja satelliittikanavat eivät kyenneet. Myös suurten kansainvälisten urheilulähetysten "merkittävä lisäys nykytilanteeseen verrattuna" ja tarjonta suomeksi selostettuna

mainittiin kilpailuetuina. Myöhäisillan maksullisen elokuvatarjonnan yhdeksi vaikuttimeksi mainittiin kilpailu videon kanssa: myöhäisiä elokuvia markkinoitaisiin nauhoitustarkoituksiin. Kotimaisia ohjelmia puolestaan ei olisi tarkoitus tuottaa itse, vaan yhtiö hankkisi ne ulkopuolisilta tuottajilta.[150]

Kanavan mainosmyynnin ja maksu-tv-myynnin näkymiä selvittelivät markkinointijohtaja Raimo Ruohisto ja talousjohtaja Ilkka Jalamo MTV:stä, tutkija Martti Soramäki Yleisradiosta ja viestintäjohtaja Thomas Zilliacus Nokiasta. Alueellisen tv-mainonnan markkinat he uskoivat lupaaviksi, koska keskusliikkeet olivat kaivanneet lisätehoa kampanjoihin. Sitä paitsi alueellinen tv-mainonta avaisi mahdollisuuden myös sellaisille mainostajille, joiden toiminta ei ollut valtakunnallista. Uusi kanava mahdollistaisi myös aiempaa kilpailukykyisemmät hinnat, hinnoittelun erilaistamisen kellonajan ja alueen koon mukaan sekä nopeamman palvelun.

Työryhmän arvion mukaan osa pienemmistä mainostajista siirtyisi pysyvästi kolmanteen verkkoon, mikä aiheuttaisi vähäiset, 15–20 miljoonan markan menetykset MTV:lle. Alueellisten myyntiarvioiden lähtökohdaksi laskettiin 10 prosentin markkinaosuus, ts. kymmenysosa alueilla ilmestyvien lehtien merkkitavara- ja kaupan ilmoittelusta saamista tuloista. Erityisen tärkeänä kanavan menestyksen kannalta pidettiin sitä, että Helsingin, Tampereen, Turun ja Lahden lähetysasemat rakennettaisiin jo ensimmäisen vuoden kuluessa. Käynnistyttyään kanava voisi kolmantena vuonna saavuttaa jo lähes 200 miljoonan markan vuosimyynnin, mutta menestys edellytti kaupallisesti kilpailukykyistä ohjelmistoa. Maksutelevision asiakaskunnan ryhmä arvioi kasvavan neljäntenä toimintavuonna 230 000 kotitalouteen, mikä tarkoittaisi noin 140 miljoonan markan vuosimyyntiä, jos maksupaketin hinnaksi laskettiin 50 markkaa kuussa. Mustien laatikoiden markkinointiin oli tarjolla erilaisia vaihtoehtoja, mutta jos dekooderit olisivat myytäviä ja maksaisivat 800 markkaa kappaleelta, kumulatiivinen myynti nousisi neljäntenä vuonna 184 miljoonaan markkaan.[151]

Uuden kanavan talousnäkymiä punnitsi myös erityinen taloustyöryhmä, johon kuuluivat taloushallintopäällikkö Martti Partanen Yleisradiosta, apulaisjohtaja Pertti Peltola MTV:stä ja johtaja Pentti Korkka Nokiasta. Se perusti laskelmansa samoihin ennusteisiin kuin markkinointiryhmäkin, ts. kymmenen prosentin mainosmarkkinaosuuteen ja siihen, että maksu-tv saavuttaisi neljässä vuodessa joka viidennen kotitalouden näkyvyysalueellaan. Taloustyöryhmä kuitenkin keskittyi nimenomaan toiminnan rahoittamiseen, kun otetaan tulojen lisäksi huomioon verkon rakentamisen kustannukset sekä ohjelma- ja henkilöstökustannukset. Senkin numerot olivat optimistisia. Yhtiön taloudellinen tulos olisi toki aluksi tappiollinen ja käyttökate miinuksella, mutta vain kahden ensimmäisen vuoden ajan. Yhtiön käynnistäminen ja rahoittaminen edellyttäisivät vain noin 15 miljoonan markan osakepääomaa sekä noin 40–50 miljoonan lainarahoitusta.[152]

Jo tässä vaiheessa nähtiin, että suurimmat tekniset ja taloudelliset ongelmat liittyivät maksutelevisioon. Vaikka Nokialla oli tarjolla laitteisto, joka oli käytössä HTV:llä, se ei sellaisenaan soveltunut radioaalloilla toimivan kolmoskanavan tarpeisiin. Omakotitaloissa järjestelmän levittäminen vaatisi paitsi dekooderin myös mahdollisesti uuden antennin. Suurempia vaikeuksia kohdattaisiin yhteisantennialueilla, joissa signaalin vastaanotto tapahtuu keskitetysti mutta maksut pitäisi pystyä keräämään erikseen jokaisesta tilaajakodista, ja kaikkein suurimmat vaikeudet kaapeliverkoissa, joissa siihen aikaan oli yleensä vain kuusi kanavaa. Suostuisiko esimerkiksi HTV luopumaan jostain kanavastaan voidakseen välittää kolmoskanavan ohjelmistoa?

Lopulta teknisiä ratkaisuja pohtinut työryhmä, johon kuuluivat Nokialta johtaja Martti Juva, Yleisradiosta jakelutekniikan päällikkö Eero Heliö ja MTV:stä teknillinen johtaja Hannu Marsalo, päätyi tarjoamaan kahta vaihtoehtoa. Ensimmäisessä mallissa laskutus tapahtuisi perinteiseen tapaan posti- tai pankkisiirtona, joka rekisteröityisi kolmoskanavayhtiön tietokoneelle, joka puolestaan ohjaisi sähköisesti mustien laatikoiden toimintaa. Tämä järjestelmä edellytti kuitenkin vuokrattavia dekoodereita, mikä taas tarkoittaisi melkoisen pääoman sitomista laitteisiin. Toinen vaihtoehto laskutuksen järjestämiseksi olisi ostettava kortti, joka sijoitettaisiin mustan laatikon lukulaitteeseen ja avaisi sähköisesti salatun kanavan katseltavaksi. Tässäkin vaihtoehdossa ongelmana oli, että kaapelitaloudet olisivat tarvinneet kaksi erillistä mustaa laatikkoa.[153]

Tekniset ongelmat olivat kuitenkin vain teknisiä ongelmia. Jo syyskuun puoliväliin mennessä Yleisradion johto oli asettunut selvästi sille kannalle, että kolmoskanavaa koskeva neuvottelutulos vastasi yhtiön etuja ja tarpeita. Poliittisten ryhmien johtajista koostuva hallintoneuvoston työjaos sen sijaan empi.[154] Vastarinnan murtamiseksi varatoimitusjohtaja Jouni Mykkänen korosti Yleisradion, MTV:n ja Nokian muodostavan yhdessä ”Suomen olosuhteissa laajan televisiotoiminnan osaamisen ja teknisen asiantuntemuksen ryhmittymän” ja selvitysten osoittavan, että vaikka kolmoskanavahanke oli väestön ja voimavarojen pienuuden vuoksi taloudellisesti vaativa, se oli kuitenkin ”ilmeisen mahdollinen hanke”. Mykkänen muistutti jälleen kerran myös siitä, että uusi yhtiö olisi Yleisradion tytäryhtiö, joka toimisi Yleisradion toimiluvalla ja Yleisradion omistamassa verkossa. Tämä oli tärkeä viesti yhtenäisjärjestelmän kannattajille, siis lähinnä vasemmistolle ja osin keskustalle. Enemmän hallintoneuvoston oikeistolaisia jäseniä puhuttelemaan lienee tarkoitettu selonteos se osuus, joka korosti kolmoskanavaa houkuttelevaa ohjelmistoa tarjoavana ”kestävänä liikeideana”, josta kuluttajat olisivat valmiita jopa maksamaan.[155]

Poliitikoista koostuva hallintoneuvosto ei vieläkään ollut tyytyväinen. Keskustelussa kansandemokraattien Antero Jyränki kysyi, miksei selonteossa lainkaan

tarkasteltu Yleisradion oman mainoskanavan mahdollisuutta. Keskustan Marjatta Väänänen ja Mauri Pekkarinen puolestaan valittivat, ettei toiminnan alueellinen puoli käynyt selvityksestä riittävästi ilmi. Kokoomuksen Jaakko Korjus puolestaan ehdotti harkittavaksi yhtiön omistuspohjan laajentamista lehdistön suuntaan. Lisäksi hallintoneuvosto kirjasi pöytäkirjaansa, että ohjelmapolitiikan tulisi ”tukea kotimaisen tv-ohjelmiston kehittämistä”.[156] Portit jatkokeskusteluille olivat kuitenkin auki.

LEHDISTÖN VASTAISKU: KANAVA KOLME

Paras osoitus siitä, että kolmoskanavahanke oli yllättänyt Suomen viestintäkentän, oli lehdistön ensi reaktio. Kommentit osoittivat myös sen, ettei uusi idea palvellut ainoastaan yleisradioyhtiöiden puolustuksellisia vaan myös hyökkäyksellisiä tarpeita.

Jo ensimmäiset kesäkuussa julkaistut pääkirjoitukset olivat pääosin torjuvia. Esimerkiksi *Helsingin Sanomien* mielestä maksukanavaidea sopinut lupamaksuilla rahoitetun valtiontelevision rooliin eikä sekään, että katselijakuntaa ryhdyttäisiin karsinoimaan alueellisesti ja maksukyvyn mukaan. ”Onko maksukanavan muodossa suunniteltu televisiotoiminnan privatisointi Yleisradion kanaville ollenkaan periaatteessa suositeltavaa vai riittäisikö alkanut yksityinen kaapeli-tv-toiminta?” kysyi myös *Turun Sanomat*. *Satakunnan Kansa* piti uhkana moniarvoisuudelle sitä, että Yleisradio ”lupamaksuja keräävänä ja taloudellisilta mahdollisuuksiltaan ylivoimaisena laitoksena ryhtyy hyökkäävästi kilpailemaan elintilasta uusien, vaihtoehtoa tarjoavien viestintävälineiden kanssa”. *Aamulehti* ja *Savon Sanomat* ihmettelivät, miksei ohjelmiston kohentaminen olisi mahdollista myös nykyisillä kanavilla. Samaan kiinnitti huomiota *Keskisuomalainen*, joka myös moitti hanketta kaupalliseksi ja aluepoliittisesti arveluttavaksi.[157]

Harvoja kolmoskanavaan aluksi myönteisesti suhtautuneita lehtiä olivat *Uusi Suomi* ja *Kauppalehti*. Edellinen piti hanketta ”yllättävänä ja ennakkoluulottomana” avauksena muuten vanhakantaisessa yhtiössä. Jälkimmäisen mielestä Yleisradio oli viimeinkin herännyt katsomaan viestintämaailmaa markkinahenkisesti. Lehden mukaan uusi kanava astuisi ”eräille liikavarpaille, lähinnä olemassa olevien kaapeli-tv-yhtiöiden reviireille” mutta samalla haastaisi ne uudella tavalla terveeseen kilpailuun.[158] Puoluelehdistä suopeimmin Yleisradion aluevaltaukseen suhtautuivat keskustan lehdet, jotka myötäilivät hankkeen kulttuuripoliittisia ja taloudellisia perusteluja. Myös sosiaalidemokraattisten lehtien kiertopääkirjoitus ymmärsi hanketta sinänsä mutta epäili, saataisiinko se taloudellisesti kannattavaksi ja edistäisikö se alueellista tasa-arvoa. Kansandemokraattisen lehdistön reaktio oli suorasukaisen kielteinen.[159]

Hufvudstadsbladet pohti kolmannen kanavan mahdollisuuksia nimenomaan ruotsinkielisen väestönosan kannalta. Lehti epäili pääjohtaja Kiurun lupauksia siitä, että uusi kanava lisäisi ruotsinkielisten ohjelmien tarjontaa, ja piti paljon merkittävämpänä Nordsatiin liittyvää hanketta välittää Ruotsin television ohjelmat Suomeen sellaisenaan. Se ihmetteli myös sitä, että jos maahan saadaan kolmas televisiokanava, miksi Yleisradion ja MTV:n pitäisi jakaa myös se keskenään: ”Eikö olisi – puhtaan periaatteellisesti – luonnollisempaa, jos kolmas kanava olisi yksin MTV:n?”[160] Ajatus seuraavan vuosikymmenen kanavauudistuksesta oli siis ilmassa jo nyt.

Yleisradion viestinnän kehitysryhmässä luettiin tarkasti lehdistön reaktiot. Kesäkuun aikana ilmestyi sen laskelmien mukaan 33:ssa eri lehdessä kaikkiaan 55 pää- tai muuta kirjoitusta, jotka kommentoivat kolmoskanavahanketta. Avaus siis sai paljon huomiota julkisuudessa. Kriittisinä kysymyksinä kirjoituksissa nousivat esiin muun muassa se, johtaisiko kolmoskanava Yleisradion lopulliseen ylivaltaan vai voisiko vaihtoehdoksi löytyä muita vaihtoehtoja, esimerkiksi MTV:lle myönnettävä toimilupa. Epäilyksiä herätti myös se, tukisiko uusi kanava kansallista kulttuuria, poikisiko se uutta rahaa kotimaiseen ohjelmatuotantoon, parantaisiko se millään lailla ohjelmiston laatua ja miten se vaikuttaisi TV1:n ja TV2:n tarjontaan. Pääkirjoituksissa asetettiin kyseenalaiseksi myös tarvittavan riskirahan hankinta sekä se, saataisiinko kanavaa kannattavaksi.[161]

Aiheiden kirjo osoittaa, ettei kolmoskanavaa nielaistu purematta, vaan lehdistöllä oli paitsi paljon kysymyksiä myös monta vastaväitettä mielessään. Syksyn myötä lehtitaloista tulikin aktiivinen osapuoli kolmannesta televisiokanavasta käydyssä viestintäsodassa. Lehdistö koki kanavahankkeen uhkaavan ilmoitustulojaan, jotka muodostivat noin 60 prosenttia mainosmarkkinoista. Sen intresseissä oli luonnollisesti säilyttää osuutensa. Toisaalta lehtiyhtiöt halusivat itse mukaan televisiobisnekseen, joka kaapeliverkoissa ei ollut vielä puhjennut kukkaan. Ne eivät pitäneet siitä, että – kuten silloin yleisesti luultiin – viimeinenkin käytettävissä oleva kansallinen televisiokanava kaapattaisiin Yleisradion ja MTV:n käsiin. Sen sijaan Helsinki Televisio, television uuden kilpailutilanteen ruumiillistuma, ei myöntänyt kokevansa uutta tulokasta suoranaiseksi uhkaksi. Lehtihaastattelussa HTV:n toimitusjohtaja Tapio Kallioja noteerasi, että korkeintaan ohjelmien ostossa kilpailu voisi nostaa hintoja:

> Mutta muuten kolmoskanava ei kilpailisi kaapeliverkon kanssa. Kaapeliyhtiöiden perustehtävä on välittää erilaisia ohjelmapalveluja, kolmoskanava olisi yksi palvelu muiden joukossa. Pikemminkin eri maksukanavat kilpailisivat kaapeliverkon sisällä.[162]

Jo alkukesästä, heti Yleisradion tiedotettua kolmoskanavahankkeesta, lehtien kustantajia edustavan Sanomalehtien Liiton piirissä heräsi keskusteluja siitä, kenelle uusi kanava kuuluisi. Lopulta liitto päätyi vastaiskuun, jonka puuhamiehenä toimi *Kauppalehden* ja *Talouselämän* mukaan Sanoma Osakeyhtiön hallituksen varapuheenjohtaja Väinö Nurmimaa. Syyskuun lopulla 15 lehden muodostama ryhmä kutsui koolle tapaamisen, jossa oli määrä perustaa kilpaileva televisioyhtiö. Koollekutsujien joukossa olivat sitoutumattomat *Helsingin Sanomat*, *Turun Sanomat* ja *Kaleva*, keskustaa edustavat *Keskisuomalainen* ja *Savon Sanomat*, kokoomuksen äänenkannattajat *Aamulehti* ja *Satakunnan Kansa*, sosiaalidemokraattinen *Eteenpäin* sekä RKP:tä lähellä oleva *Hufvudstadsbladet*.[163] Liiton toimitusjohtajan Veikko Löyttyniemen mukaan tuleva yhtiö hakisi mahdollisimman pian toimilupaa ja kilpailisi mainosmarkoista MTV:n kanssa:

> Tavoitteena on tarjota katsojille uusi televisiovaihtoehto. Samalla yritykset pyrkivät varmistamaan omaa tulevaisuuttaan valtakunnallisen ja paikallisen viestinnän harjoittajina sähköisen viestinnän lisääntyessä.[164]

Lehtien ajatuksena oli muodostaa jonkinlainen uusi Tesvisio, joka aluksi lähettäisi ohjelmaa vain Helsingin, Turun ja Tampereen alueilla. Kanava toimisi mainosrahoituksella ja tarjoaisi täyden palvelun ohjelmiston, joka yhdistäisi valtakunnallista ja paikallista tarjontaa sekä tekisi yhteistyötä paikallisten kaapelitelevisioyritysten kanssa. Osakkaiksi oli määrä hyväksyä kaikki vapaan viestinnän kannalla olevat valtakunnalliset ja paikalliset viestintäyritykset ja -yhteisöt, jotka eivät vielä ole mukana yleisradiotoiminnassa. Mukanaoloa kaapelitelevisiotoiminnassa sen sijaan ei pidetty poissulkevana tekijänä.[165]

Aamulehteä kustantaneen Tampereen Kirjapaino Oy:n toimitusjohtajan Timo Laatusen mukaan hanke kilpailisi ”ainoasta käytettävissä olevasta kanavasta”. *Helsingin Sanomia* kustantaneen Sanoma Osakeyhtiön toimitusjohtaja Jaakko Rauramo sen sijaan huomautti, etteivät lehdet suoranaisesti pyrkisi kilpailemaan Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteisen hankkeen kanssa: ”Kun taajuuksia on olemassa, kaikilla pitää olla mahdollisuus anoa niitä. Valtiovallan asia on sitten miettiä, kenelle se luvan antaa.”[166]

Ei ollut yllättävää, että kokousta koolle kutsuneiden lehdet pitivät pääkirjoituksissaan omaa aloitettaan ”tervetulleena”. Lehtien argumentteihin oli ilmaantunut myös uusia sävyjä. Uuden, vaihtoehtoisen televisiokanavan tarvetta perusteltiin myös sillä, että se laajentaisi sananvapautta ja toisi kaivattua kilpailua eetteriin toisin kuin Yleisradion ja MTV:n yhteinen hanke. Lehdistö korosti myös taustayhteisöjensä maantieteellistä valtakunnallisuutta sekä omaa osaamistaan paikallisen tiedonvälityksen ammattilaisina. Myös MTV:n oikeutta televisiomainonnan mo-

nopoliin arvosteltiin ja katsottiin, että kilpailua tulisi vapauttaa. Samoin paheksuttiin Yleisradion sekaantumista mainosrahoitukseen.[167] Jälkimmäistä kritiikkiä siivitti se, että Yleisradio samaan aikaan selvitti, voisiko se alkaa myydä mainosaikaa radiossa, mitä etenkin kokoomuksen piirissä pidettiin tunkeutumisena paikallisradioiden maaperälle.[168]

Lehdistön Oy Kanava Kolme - Kanal Tre Ab syntyi lopulta puolen tunnin mittaisessa kokouksessa Helsingissä 15. lokakuuta. Siinä osakkaiksi ilmoittautui 37 viestintäalan yhtiötä, jotka julkaisivat kaikkiaan 77:ää sanoma- ja paikallislehteä. Sitoutumattomien lehtien lisäksi mukaan tuli keskustalaisia, kokoomuslaisia ja sosiaalidemokraattisia lehtiä. Mukana olivat kaikki suurimmat maakunnalliset lehdet *Kalevaa* lukuun ottamatta. Helsingissä ilmestyvistä lehdistä perustajiksi tulivat vain sitoutumaton *Hufvudstadsbladet*, maataloustuottajien *Maaseudun Tulevaisuus* ja kirkollinen *Kotimaa*. Yhtiön peruspääomaksi karttui 1,85 miljoonaa markkaa, eli 50 000 markkaa kultakin osakkaalta. Säännöissä sovittiin, ettei kenelläkään saanut olla yli viiden prosentin osuutta, millä haluttiin estää yhtiön ajautuminen jonkin vahvan osakkaan haltuun. Yhtiön hallituksen puheenjohtajaksi kokous valitsi Kotkassa ilmestyvän *Eteenpäin*-lehden toimitusjohtajan Antero Anttilan ja toimitusjohtajaksi *Hufvudstadsbladetin* toimitusjohtajan Lars Rönnin.[169] Kanava Kolmen nimi viittasi vahvasti haluun kilpailla nimenomaan Yleisradion ja MTV:n ”Kolmoskanavana” tunnetun hankkeen kanssa. ”Yleisradion ohjelmatoiminnalle kokovartalokilpailu merkitsisi varmasti vähintään yhtä suurta tehostumista kuin MTV:n Kymppiuutisten tuleminen Ylen iltauutisille”, toimitusjohtaja Anttila hehkutti.[170]

Merkille pantavaa on kuitenkin se, että alle puolet perustamiskokoukseen mukaan kutsutuista lehtiyhtiöistä lähti lopulta osakkaiksi. Pois jäivät muun muassa *Uusi Suomi*, *Kauppalehti*, *Suomenmaa*, *Suomen Sosialidemokraatti* ja *Kansan Uutiset*. Myöskään *Helsingin Sanomat* ei kuulunut perustajakonsortioon, mutta hankkeen taustavoimaksi väitetty Sanoma Osakeyhtiö osallistui Kanava Kolmeen toisen tytäryhtiönsä, Helsinki Television, kautta. Lehtiyhtiöiden yhteisessä rintamassa näkyi myös kilpailutaktista eriseuraisuutta. Siitä kertoi esimerkiksi Uusi Suomi Oy:n toimitusjohtajan Arto Tuomisen lausunto omalle lehdelleen:

> Hankkeen ehtona oli sitä paitsi, että kaikki merkittävät lehtitalot tulevat siihen mukaan. Sanoma Oy on nyt mukana vain HTV:n välityksellä. On syntynyt riski, että Sanomalehtien liitto joutuu erään kaapeliyhtiön vankkurienvetäjäksi.[171]

Uusi Suomi toisin sanoen koki uuden televisioyhtiön Sanoma Osakeyhtiön bulvaaniksi. Lehti suhtautui muutenkin hankkeeseen muita lehtitaloja kriittisemmin. Se oli kutsunut operaatiota ”viestintäpoliittiseksi häirinnäksi”, jonka perimmäiseksi tarkoitukseksi se näki keskustelun provosoinnin ja päätöksenteon hidastamisen.

Uusi Suomi myös arvioi, että lehdistön kolmoskanava tuskin toisi alalle mitään uutta osaamista; sen sijaan yksi leimallinen viihdekanava tarjoaisi katsojille niiden kipeästi kaipaaman vaihtoehdon.[172]

Sanoma Osakeyhtiönkin rooli vaikutti ristiriitaiselta. Vaikka Nurmimaa oli puuhannut lehdistön yhteistä rintamaa kokoon, pääkirjoituspalstoillaan *Helsingin Sanomat* ei ottanut suoraan kantaa kummankaan kilpailijan puolesta.[173] Myös varatoimitusjohtaja Matti Anderzén epäili lehtien televisio-osaamista ja piti kolmatta kanavaa tyystin tarpeettomana:

> Kaksi kanavaa riittää käytännössä hyvin. Ei ole poissuljettu ajatus, että syntyisi uusi työnjako, jossa Yleisradio hoitaisi toista kanavaa ja MTV toista. – – Sanomalehtien tulisi kehittää omaa toimintaansa ja keskittyä alueelle, jonka ne ennestään osaavat.[174]

Timo Laatunen torjui Anderzénin arvostelun laajassa kirjoituksessaan, joka julkaistiin useissa maakuntalehdissä. Hänen mukaansa Kanava Kolmen tavoitteet eivät olleet taktista kiusantekoa eivätkä tähdänneet nopeaan taloudelliseen voittoon. Kyse oli strategisista, rakennepoliittisista päämääristä. Lehdistön pyrkimyksenä oli synnyttää Suomeen Yleisradiosta riippumatonta televisiotoimintaa ja purkaa vallinnut televisiomonopoli, jota YLEn, MTV:n ja Nokian hanke vain vahvistaisi:

> Suuri joukko arvonsa tuntevia lehtitaloja ei lähde pelkästä taktiikasta liikkeelle. Taktinen anomus olisi valtioneuvoston huiputtamista. – – Panostus Kanava Kolmeen ei ole taloudellinen vaan viestintäpoliittinen sijoitus. Lehdistön tv-hanke on koottavissa olevista vaihtoehdoista demokraattisin ja vakavin haastaja Yle/MTV/Nokia-kolmikolle. Se on tarjous valtioneuvostolle: olemme valmiit luomaan tehokkaan kilpailun tv-toimintaan, kunhan vain annatte siihen mahdollisuuden.[175]

Sanomien suunnalta tulleet lausunnot viittasivat siihen, ettei yhtiö uskonut Kanava Kolmen poliittisiin mahdollisuuksiin toimilupakilvassa. Muitakin syitä sen skeptisyydelle on helppo uumoilla. Kanava Kolmen yhtiöjärjestykseen kirjattu äänivaltapykälä ei kenties miellyttänyt valtaa havitellutta viestintäjättiä. Koska lehdistöllä ei ollut mastoja ja hanke oli taloudellisesti riskialtis, Sanoma Osakeyhtiö saattoi kannanotoillaan ilmaista, ettei se ryhtyisi mahdollisesti epäonnistuvan yrityksen pelastajaksi.

Kanava Kolme ei sekoittanut ainoastaan lehdistön keskinäisiä välejä, vaan poliittisia kuvioita laajemminkin. Tilanne muistutti paikallisradioiden kohdalla nähtyä tilannetta, jossa puolueet ja niiden lehdet olivat edustaneet eri näkemyksiä, puolueet eliitin ja lehdet kentän ääntä.[176] Kokoomuksen lehtien halu tuoda Yleisra-

diosta ja MTV:stä riippumaton toimija televisiokentälle ei ollut yllätys, mutta kun uudessa yhtiössä oli viiden kokoomuksen äänenkannattajan ja lukuisten sitoutumattomien lehtien lisäksi myös kahdeksan keskustan ja kolme sosiaalidemokraattien äänenkannattajaa, näiden puolueiden kolmoskanavaa koskevissa kannanotoissa alkoi ilmetä hajontaa. Esimerkiksi *Suomenmaa* ryhtyi jo ennen Kanava Kolmen perustamiskokousta etsimään kolmatta tietä, kilpailevien hankkeiden yhdistämistä. "Asia kannattaisi ainakin tutkia, ennen kuin tehdään päätöksiä, jotka myöhemmässä vaiheessa voivat tulla kalliiksi", lehti ehdotti.[177]

Kolmoskanavan omistuksen laajentamisesta lehdistöön tulikin keskustapuolueen lempiteema, johon se palasi moneen kertaan vielä toimilupaprosessin aikana. Jos Yleisradio, MTV, Nokia ja Sanomalehtien Liitto lopulta olisi saatu yhteisen televisioyhtiön taakse, se olisi vienyt suomalaisen yleisradiopolitiikan taloudellisen pragmatismin ja poliittisten kompromissien perinteen aiempaa pidemmälle. Uuden toimilupapolitiikan ensi askelia oli vastikään otettu paikallisradioiden kohdalla, mutta Kanava Kolme synnytti viestintäpoliittisessa päätöksenteossa tilanteen, jollaista ei ollut ennen Suomessa koettu: yhdestä television toimiluvasta oli tulossa kilpailemaan kaksi vakavaa kandidaattia. Tulokas synnytti myös keskustelua yleisradioverkon omistuksesta. Kanava Kolme ehdottikin, että verkko tulisi siirtää posti- ja telelaitokselle, mihin myös sen pääjohtaja Pekka Tarjanne tunsi kiinnostusta. Kanava Kolmen toimitusjohtaja kutsui Yleisradion jakelumonopolia ja siihen liittyvää rahastusoikeutta "vääristyneeksi".[178]

Mielipiteiden taivuttelussa osattiin käyttää hyväksi myös mielipidetiedusteluja. *Savon Sanomien* teettämän gallupin mukaan 56 prosenttia vastaajista ei kaivannut lisäkanavaa, mutta toisaalta 43 prosenttia halusi. Eniten uutta kanavaa vastaan olivat yli 55-vuotiaat, kun taas innokkaimmin sitä kannattivat 15–24-vuotiaat. Melkein puolet vastaajista piti yhdentekevänä tai ei osannut ottaa kantaa, kuka kanavan saa.[179] Päivää myöhemmin oman kyselynsä julkaisi *Aamulehti*, jonka vastaajien enemmistö, 55 prosenttia, piti kolmoskanavaa tarpeellisena, kun taas 38 prosentin mielestä nykyiset kanavat riittivät. Tälläkin kertaa suurinta kannatusta lisäkanava sai nuorten vastaajien keskuudessa. Lehtiyhtiöiden kanavahanketta kuitenkin kannatti vain neljä prosenttia sekä Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteistä yhtiötä 28 prosenttia vastaajista. Suosituin oli malli, jossa lehdistö olisi otettu mukaan osapuolten yhteiseen yhtiöön.[180]

Tulokset kertoivat, että lehdistön kanavahanke oli jäänyt yleisön keskuudessa jokseenkin tuntemattomaksi ja ettei kansan halu saada kolmas televisiokanava ollut yksiselitteinen. "Eipäs juupas kolmoskanava", *Kansan Uutiset* kommentoi ristiriitaisia tuloksia.[181]

LOBBAUSKIERTUEELLA

Lehdistön kilpaileva kanavahanke luonnollisesti hajotti rivejä myös Yleisradion hallintoneuvostossa. Hallintoneuvoston työjaoston jäsen, kansanedustaja Pertti Salolainen (kok) ehdotti syyskuun lopussa, pari päivää lehdistön kilpailevan hankkeen tultua julki, että Yleisradion tulisi luopua suunnittelemastaan kolmoskanavasta. Hänen mielestään kolmas kanava tulisi antaa lehtien käyttöön, kun taas MTV ja Nokia voisivat yhdessä ryhtyä tavoittelemaan käyttöönsä neljättä televisiokanavaa. ”Yleisradio voisi sitten käyttää kolmoskanavaan suunnittelemansa varat kotimaisten ohjelmien tason nostamiseen”, Salolainen visioi *Uuden Suomen* uutisessa. Hän perusteli ideaansa paitsi kotimaisen ohjelmiston lisäämisellä myös sillä, että näin saataisiin eetteriin lisää vapaata kilpailua ja laajennettaisiin toimilupajärjestelmää.[182]

Sekä Yleisradion johto että hallintoneuvosto torjuivat ”Salolaisen mallin”. Esimerkiksi hallintoneuvoston jäsen Reino Paasilinnan piti kolmoskanavan antamista täysin ulkopuoliselle taholle Yleisradion etujen vastaisena. Toinen sosiaalidemokraatti, Lauri Sivonen, katsoi lehdistön kanavan raunioittavan MTV:n ja sitä kautta Yleisradion talouden. Keskustan ja kokoomuksen kannat jakautuivat, mutta esimerkiksi Mauri Pekkarinen oli jo nyt kallistunut puhumaan hankkeiden yhdistämisen puolesta. Kansandemokraatit pitivät edelleen koko hanketta tarpeettomana, mutta lehdistön kilpaileva aloite saattoi saada aikaan sen, että vasemmisto alkoi pitää Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteenliittymää kahdesta vaihtoehdosta pienempänä pahana. Hanketta vastaan puhui myös RKP, jolle ensisijainen viestintäpoliittinen tavoite oli saada maahan ruotsinkielinen tv-kanava.[183]

Samaan aikaan Yleisradion ja MTV:n johto kävi omaa lobbauskampanjaansa kolmoskanavan puolesta. Keskeiset puolueet ja eturyhmät oli saatava käännytettyä hankkeen taakse, eikä oppositiotakaan suomalaisen konsensuspolitiikan perinteen mukaisesti saanut unohtaa, koska kolmoskanavan kaltaiselle suurelle viestintäpoliittiselle ratkaisulle piti saada mahdollisimman laaja hyväksyntä.

Esimerkiksi TV2:n keskustalaisen johtajan Tapio Siikalan vierailut keskustapuolueen toimielimissä lokakuun alussa osoittavat, ettei edistäminen aina ollut helppoa. Kahden viikon aikana hän kävi selostamassa viestintäpolitiikan ajankohtaisia kysymyksiä kahdestikin, ensin eduskuntaryhmän työvaliokunnalle ja sitten koko eduskuntaryhmälle. Kohde oli tärkeä, koska keskustapuolue oli Sorsan hallituksen kakkospuolue ja sen kanta kolmoskanavaan oli lehdistön kilpailevan hankkeen vuoksi alkanut horjua. Kuten keskustapuolueen kohdalla oli poliittisesti viisasta, Siikala korosti uustelevisiota ulkomaisena uhkana, joka palvelee vain asutuskeskuksia, kun taas Yleisradio ja MTV muodostivat ”voimakkaan kansallisen toimijan”, joka voisi suojella kansallista kulttuuria. ”Mikäli näin pieneen maahan

syntyy kaksi toisistaan riippumatonta ja avoimesti kilpailevaa tv-järjestelmää, ne murentavat toistensa voimavaroja ja heikentävät näin suomalaisen ohjelmiston mahdollisuuksia." Siikala tähdensi paitsi kolmoskanavahankkeen Yleisradio-vetoisuutta myös sitä, etteivät uuden kanavan kustannukset rasittaisi niitä, jotka jäävät aluksi palveluja paitsi.[184]

Koko eduskuntaryhmälle järjestettiin aiheesta suoranainen seminaari, jossa Siikalan ohella kuultiin asiantuntijoina MTV:n viestintäjohtajaa Seppo Sisättöä, Yleisradion suunnittelu- ja koulutustoiminnoista vastannutta apulaisjohtajaa Risto Volasta sekä *Keskisuomalaisen* päätoimittajaa Erkki Laatikaista. Viimeksi mainittu kuului kolmoskanavan epäilijöihin ja oli Siikalan ja Volasen tapaan puolueen viestintäpoliittisen toimikunnan jäsen. Siikalalle taustatukea antanut Sisättö muistutti kansanedustajia siitä, että jo "liki puoli miljoonaa suomalaista voi katsoa ulkomaan ohjelmia kaapelien välityksellä ilman että eduskunta olisi tehnyt mitään päätöksiä". Hänen mukaansa "YLEn, MTV:n ja Nokian kolmoskanavavaihtoehto on ehdottomasti halvin vastaus kansainväliseen kilpailutilanteeseen". Volanen puolusti hanketta aluepoliittisin perustein. Hänen mukaansa kaapeliverkko jättää jopa 800 000 kotitaloutta ulkopuolelleen ja kolmas kanava voisi tasoittaa tätä eriarvoisuutta. Päätoimittaja Laatikainen puolestaan piti koko kanavahanketta tarpeettomana, mutta "jos kolmas kanava perustetaan, myös sanomalehdistölle on annettava mahdollisuus osallistua sähköiseen viestintään". Yhtiövaihtoehdoista hän ilmoittautuikin kannattamaan "yhteiskombinaatiota", johon Yleisradio kumppaneineen kutsuisi myös lehtiyhtiöt.[185]

Vaikka viesti oli tarkoin räätälöity puhuttelemaan keskustapuolueen kansanedustajia, käyty vilkas keskustelu osoitti epävarmuuden jatkuvan puolueen leirissä. Yleisradion hankkeen puolustajiin keskustelussa lukeutuivat hallintoneuvoston puheenjohtaja Reino Karpola, puolustusministeri Veikko Pihlajamäki sekä kansanedustaja Mauri Pekkarinen. Karpola myönsi, että pohjimmiltaan "kysymys on kilpailusta mainosrahoista" ja että lehdistön pelko mainosrahojen menetyksistä on oikeutettu. Hänen mukaansa Yleisradion, MTV:n ja Nokian hanke on kustannuksiltaan kuitenkin halvempi kuin lehdistön hanke. Pihlajamäki piti sitä myös aluepoliittisesti perustellumpana, koska se pystyisi nopeammin palvelemaan koko maata. Nokian mukanaoloa hänkin kutsui "liikavarpaaksi". Pekkarinen halusi suorastaan kiirehtiä "laajaa ja koko Suomen kattavaa" kolmoskanavaa, sillä jos kaapeli-tv ehtisi vallata koko Suomen, ei kolmoskanavalla olisi mitään mahdollisuuksia menestyä. Hänen mielestään lehdistö oli jo mahtava viestijä, jolla oli hallussaan myös paikallisradiot ja kaapeli-tv. "Mikäli lehdistö nyt saisi myös kolmoskanavan, siitä muodostuisi liian suuri mahti."[186]

Näyttikin siltä, että monet keskustan kansanedustajat pelkäsivät Sanoma Osakeyhtiö saavan vallan lehtien televisioyhtiössä. Heitä kiehtoi myös ajatus lehtien

televisiokonsortiosta, josta Sanoma Osakeyhtiö olisi pudotettu pois. Yleisradion ja MTV:n hankkeen herättämä vastustus taas perustui selvästi siihen, että uusi kanava vaarantaisi puolueen maakuntalehtien ilmoitustulot. Niinpä esimerkiksi kansanedustaja Esko Aho kehotti pohtimaan vaihtoehtoa, että uuden kanavan omistajakuntaan kelpuutettaisiin ne lehdet, jotka eivät ole mukana kaapeli-tv-toiminnassa. ”Tämä on kansanvaltaa, että me nyt täällä keskustelemme kolmoskanavasta. HTV:n perustamisesta ei ole lainkaan keskusteltu eduskunnassa”, Karpola muistutti omassa loppukaneetissaan. Siikalakin kiirehti asiaa: ”Koko sen ajan, kun asiaa mietitään, kaapeli-tv vie markkinoita.”[187]

Sosiaalidemokraattien käännyttämisestä vastasivat pääasiassa pääjohtaja Sakari Kiuru ja TV1:n johtaja Arne Wessberg. He kävivät eduskunnassa marraskuun alussa selostamassa kolmoskanavahanketta eduskuntaryhmän johdolle, ja kaksi päivää myöhemmin Yleisradion hallintoneuvoston varapuheenjohtaja Lauri Sivonen jatkoi valistustyötä koko eduskuntaryhmän edessä. Keskustelun pohjaksi oli jaettu muistio, jossa arvioitiin kilpailevien hankkeiden hyvät ja huonot puolet. Sivosen mukaan YLE–MTV–Nokia-malli turvaisi Yleisradion taloutta sekä ottaisi parhaiten huomioon alueellisen tasa-arvon ja kansallisen kulttuurin. Sen puolesta puhuivat myös toimijoiden hyvä televisioalan tuntemus ja valmis lähetysverkko, joka kilpailijalta puuttui. Hän toi esiin myös sen, että Yleisradion kautta SDP:llä olisi uuteen kanavaan vaikutusvaltaa. Lehdistön hankkeen etuna oli, ettei se vaatisi julkisia varoja. Myös kilpailun lisääntymisellä voisi olla myönteisiä seurauksia, ja työväenlehdet pääsisivät sen kautta mukaan televisiotoimintaan. Sivonen kuitenkin piti Kanava Kolmen harjoittamaa sosiaalidemokraattien kosiskelua pelkkänä poliittisena taktikointina. Hän toivoikin eduskuntaryhmältä tukea Yleisradion ja MTV:n hankkeelle, jota hän kuvasi yhtiöiden kannalta ”elinkysymykseksi”.[188]

Ottaen huomioon, että sosiaalidemokraattien ja Yleisradion välit eivät olleet lämpimimmillään ja että kolme sosiaalidemokraattista lehteä oli lähtenyt osakkaiksi lehtiyhtiöiden kilpailevaan hankkeeseen, oli yllätys, että eduskuntaryhmä päätti tukea ”parlamentaarisesti hallitun Yleisradion johdolla toteutettavaa kolmoskanavahanketta”. Eduskunnan ensimmäinen varapuhemies Matti Louekoski kannatti sitä lämpimästi, vaikka arvosteli Yleisradion ohjelmia ja paisunutta henkilöstöä. Edustaja Jukka Mikkola perusteli tukeaan sillä, että ellei kolmas kanava tulisi yhteiskunnan kontrolliin, se ajautuisi väistämättä kaupallisten piirien haltuun. Reino Paasilinna kiitti hanketta Yleisradion ensimmäiseksi askeleeksi pois kriisikehityksen tieltä. Eduskuntaryhmän puheenjohtaja Pertti Paasio huomautti, että vaikkei kolmoskanavaa tarvittaisi ohjelmatarjonnan monipuolistamiseksi, se oli tarpeen viestintäpoliittisista syistä: viestinnän säilyttämiseksi yhteiskunnan kontrollissa, sen kaupallistumisen ehkäisemiseksi – ja vaihtoehdoksi ”Erkon, Ketosen ja Laatusen ratkaisulle”, millä hän viittasi Sanoma Osakeyhtiöön, *Turun Sanomiin* ja *Aamu-*

4.11.1985

KOLMOSKANAVA
Toimenpiteiden ja päätöksenteon aikataulu

Poliittisten ja asiaan yleensä vaikuttavien ryhmien informointia

9.10.1985	Ole Norrback
10.10.1985	SDP:n ryhmä /YLE:n hallintoneuvosto
10.10.1985	puoluesihteeri J. Isotalo
11.10.1985	SKDL:n eduskuntaryhmä Veikko Saarto
11.10.1985	kansanedustaja Marjatta Vänänen
14.10.1985	Sam Nilsson SVT ym.
16.10.1985	Kaj-Peter Mattsson
17.10.1985	Pekka Vennamo
17.10.1985	Pertti Paasio
17.10.1985	Esko Helle
21.10.1985	Keinänen, Meriläinen / VVM
23.10.1985	ministeri Taxell
23.10.1985	Korpela, Mattson, Törnblom
29.10.1985	Korpela
29.10.1985	pääjohtaja F. Pettersson
29.10.1985	teollisuusneuvos V. Sjöblom
30.10.1985	vuorineuvos F. Castrén
30.10.1985	toimitusjohtaja R. Wolontis
31.10.1985	pääjohtaja P. Kivinen
viikko 44	pääministeri Sorsa
viikko 45	Salolainen, Jyränki, Kortesalmi
5.11.1985	ministeri Luttinen
7.11.1985	EVA:n johto
14.11.1985	ministeri Björkstrand

Tämänhetkinen tilanne.

Jaakko Paavela

Varatoimitusjohtaja Jaakko Paavelan tapaamisohjelma lokakuussa 1985 oli tiukka. Listalla oli ministereiden lisäksi puolueiden johtohahmoja, pääjohtajia sekä Elinkeinoelämän Valtuuskunnan johto.

lehteen. Hän katsoi eduskuntaryhmän kannan myös sitovan hallitusryhmää. Näkemys ei herättänyt soraääniä. Puolueen puheenjohtaja, pääministeri Kalevi Sorsa ei kolmoskanavahankkeesta keskusteltaessa ollut enää paikalla kokouksessa.[189]

On mahdollista, että sosiaalidemokraattiset poliitikot olivat saaneet kolmoskanavahankkeesta realistisemman kuvan kuin keskustalaiset poliitikot. Kun Sivonen oli käynyt selostamassa sitä SDP:n puoluetoimikunnalle jo kesäkuun alussa, hän piirsi suunnitelmista varsin raadollisen kuvan. Näkemyksen, jonka mukaan uuden kanavan ohjelmiston tulisi noudattaa samoja yleviä periaatteita kuin olemassa olevien kanavien, Sivonen tyrmäsi jo silloin täysin epärealistisena, koska ”sellaisen ohjelman maksajaksi ei tulisi vapaaehtoisesti kukaan”. Uuden kanavan tuli olla ”houkuttelevaa ja kiinnostavaa, YLElle yleisöä ja MTV:lle mainosten katsojia tuovaa”. Hän myös huomautti, että ”ideologisesti katsoen ei superkanava ole nätin näköinen”: se rajoittuisi vauraaseen Suomeen, olisi maksullinen ja ”tulee lähettämään ohjelmaa, joka ei kenties vastaa kansansivistystavoitteitamme”.[190] Tuossa vaiheessa Sivonen perusteli uuden kanavan tarvetta nimenomaan sillä, että se auttaisi torjumaan HTV:n vaikutuksen kasvua. Sosiaalidemokraattien myönteistä asennetta kolmoskanavaa kohtaan selitti siis ennen muuta Erkon pelko.

Vaikka kokoomus oli oppositiossa, oli senkin käännyttämiseen uhrattava aikaa. Kokoomuksen käännyttäminen lankesi Yleisradion kokoomusta edustavan radiojohtajan Jouni Mykkäsen vastuulle. Hän kävi selostamassa Yleisradion, MTV:n ja Nokian hanketta puolueen eduskuntaryhmälle marraskuussa tähdentäen kansainvälisen kilpailun aiheuttamaa uhkaa. Mykkänen muistutti myös, että hanke edistäisi suomalaista teknologista osaamista ja turvaisi ruotsinkielisen väestönosan tarpeet. Alustuksen pohjalta käyty laaja keskustelu osoitti, ettei viesti osunut otolliseen maaperään. Kokoomus oli hankkeen suhteen kaikkein epäilevin. Tuure Junnila halusi vielä kuulla lehdistön näkemystä, vaikka olikin tyytyväinen hankkeen edistymiseen. Ilkka Suominen esitti epäilyjä suunnitelman valtakunnallisuudesta. Eduskuntaryhmän aiemmassa kokouksessa ymmärtämystä Yleisradion kolmoskanavahankkeelle oli liiennyt ainoastaan Aarno Kailalta, puolueen poliittisen osaston päälliköltä, joka kuului Yleisradion hallintoneuvostoon.[191]

Lobbaajista kiireisin oli kuitenkin MTV:n varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela, josta oli tehty lokakuun alussa 1985 kolmoskanavahankkeen projektivastaava. Paavelan kalenteri pursui tapaamisia. Ensimmäisen toimikuukautensa aikana hän tapasi kansanedustajista Ole Norrbackin (r), Antero Jyrängin, Veikko Saarron ja Esko Helteen (skdl), Marjatta Väänäsen (kesk), Pertti Paasion (sd) sekä Pertti Salolaisen ja J. Juhani Kortesalmen (kok). Ministereistä hän kävi puhumassa pääministeri Kalevi Sorsalle, liikenneministeri Matti Luttiselle, oikeusministeri Christoffer Taxellille, opetusministeri Gustav Björkstrandille ja II valtiovarainministerille Pekka Vennamolle. Lisäksi hän neuvotteli valtiovarainministeriön ja liikenneministeriön

johtavien virkamiesten, Sveriges Televisionin johtajan Sam Nilssonin, EVAn johdon sekä lukuisten yritysjohtajien ja vuorineuvosten kanssa.[192] Ihan turhaan Sanoma Osakeyhtiön varatoimitusjohtaja Matti Anderzén ei ihmetellyt MTV:n saunan kiukaan kestävyyttä, koska niin ahkerassa käytössä se oli.[193] Paavelan mukaan kiuasta ei jouduttu vaihtamaan, mutta ”kyllä saunotettiin, hemmetisti”:

> Minä keskustelin kaikkien ministerien ja eduskuntaryhmien kanssa. Ja jos niillä oli viestintäpoliittisia ryhmiä, niin ne syötettiin ja juotettiin. – – Kävin läpi joka ainoan hallituksen jäsenen henkilökohtaisesti. Kenen kanssa syötiin, kenen kanssa saunottiin. Mutta kaikille annettiin informaatiota – – kommunisteja myöten. Joku kysyi meillä [MTV:n] hallituksessa, että pitääkö niillekin selvittää, niin minä sanoin, että pitää, että ne osaisivat vastustaa oikeaa asiaa.[194]

Kiurua, Yleisradion sivistyshenkistä pääjohtajaa, Paavelan tarmokkaat kyynärpääotteet ja kabinetti-illat kiusasivat. ”Jotakin vaikutustakin kehonpuhdistuksella oli saattanut olla, – – mutta Paavelan rehvastelu häiritsi neuvottelujen ilmapiiriä”, hän huomauttaa muistelmissaan.[195]

Yhteiskunnassa oli paljon niitä, jotka kannattivat MTV:lle omaa toimilupaa ja jopa omaa kanavaa. Yhtiön tulevaisuudesta huolestuneille Paavelan viesti oli, että ”Kolmoskanava Oy:n tuoman vaihtoehdon toteutuminen ei sulje pois MTV:n toiminnan itsenäistymistavoitteita vaan pikemminkin luo edellytyksiä oman toimiluvan ja oman kanavan saamiselle”.[196]

HALLINTONEUVOSTO TAIPUU

Marraskuun kuluessa niin Yleisradio, MTV kuin Nokiakin alkoivat viimein olla kypsiä uuden yhtiön perustamiseen. Nokiassa hankkeella oli vahva tuki, sillä rahallista panostusta pidettiin lopulta varsin pienenä ja riskejä vähäisinä.[197] Samoin MTV:n hallintoneuvoston oli helppo taipua neuvottelutuloksen kannalle, sillä varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela saattoi vyöryttää sen tueksi monta yhtiötä suoraan hyödyttävää seikkaa:

- MTV saisi lisää ohjelma- ja mainosaikaa sekä pääsisi paikallisille mainosmarkkinoille.
- Kanava aiheuttaisi kilpailua mainosmarkkinoilla, mikä koituisi asiakkaiden hyödyksi.
- MTV:n ylivoima television mainosmyynnissä vahvistuisi.
- MTV:n edellytykset kilpailla niin kotimaisen kuin ulkomaisen ohjelmiston hankinnassa paranisivat.

- MTV saisi keinon kilpailla videoita ja kaapelitelevisiota vastaan.
- Kanava turvaisi MTV:n aseman muuttuvassa kilpailutilanteessa ja tukisi sen pitkän aikavälin tavoitteita.

Huonoja puolia oli paljon vähemmän – oikeastaan vain se, että oman kanavan ja toimiluvan saaminen siirtyisivät jälleen hieman kauemmas tulevaisuuteen. ”Toisaalta vastaavaa verkkoa eivät saa muutkaan”, Paavelan muistio päätteli realistisesti. Epäilyjä MTV:ssä aiheutti tietysti se, että kanava tarkoittaisi yhteiskunnan omistaman viestintävallan kasvua.[198]

Vuorineuvosten miehittämässä MTV:n hallintoneuvostossa olikin tahoja, jotka olisivat mieluummin nähneet yhtiön ryhtyvän yhteistyöhön lehdistön kuin Yleisradion kanssa.[199] Ongelma vain oli, ettei sen enempää aloitetta kuin malliakaan sellaiseen yhteistyöhön ollut. Paavela muistuttikin lehdistön nimenomaisesti ilmoittaneen, ettei se hyväksyisi hankkeeseensa nykyisiä televisioyhtiöitä. Ellei MTV lähtisi yhteistyöhön Yleisradion kanssa, oli vaarana, että tämä toteuttaisi kanavan omin päin.[200] Pääjohtaja Kiuru kertoo muistelmissaan Sanomien Jaakko Rauramon varoitelleen MTV:n hallintoneuvoston jäseniä ”väärästä tiestä”, kumppanuudesta Yleisradion kanssa. Rauramo oli moittinut myös Harry Mildhiä siitä, kuinka Nokia oli pettänyt vapaan talouselämän liittoutumalla monopolin kanssa. ”Monopoli olette itse”, Mildh oli tarinan mukaan vastannut.[201]

Hankalinta ratkaisun tekeminen oli luonnollisesti Yleisradiossa, jonka hallintoneuvostossa kaikki mahdolliset poliittiset erimielisyydet tiivistyivät. Marraskuun alussa sen jäsenten edessä oli viimein vaikuttava nippu papereita. Hallituksen tekemän esityksen liitteinä olivat Oy Kolmoskanava Ab -nimisen yhtiön perustamissuunnitelma tulosarvioineen sekä yhtiöjärjestys- ja perussopimusluonnoksineen. Omistussuhteet olivat täsmentyneet siten, että Yleisradion osuudeksi tulisi 50 prosenttia, MTV:n osuudeksi 35 prosenttia ja Nokian 15 prosenttia, mutta hallituspaikkojen jaossa valtasuhteita oli tasapainotettu siten, että kukin yhtiö saisi kuusijäsenisestä hallituksesta kaksi tuolia. Perussopimusluonnos noudatti pitkälti samoja sanamuotoja, joihin oli totuttu MTV:n kanssa solmituissa sopimuksissa. Lisäksi hallintoneuvostolle toimitettiin sen vaatimat selvitykset kanavan vaikutuksesta alueelliseen ja kielelliseen tasa-arvoon, jotka nekin hallituksen mielestä puolustivat hanketta.[202] Jälleen kerran torjuttiin myös kansandemokraattien hellimä ajatus siitä, että Yleisradio ottaisi uuden kanavan kokonaan itselleen. Sitä vaihtoehtoa Mykkänen piti viestintäpoliittisesti mahdottomana. Se olisi vaikeasti perusteltavissa Yleisradion silloisessa rahoitusasemassa sekä ”aiheuttaisi myös voimakkaan reaktion lehdistön taholta”.[203]

Ohjelmistoa koskevat periaatteet korostuivat perustamissuunnitelmassa. Kolmannen kanavan oli määrä ”pyrkiä sellaisen kilpailukykyisen ohjelmatarjonnan

Taulukko 4 Kolmoskanavan suunnitellut tulot 1986–1990 (mmk)

Tulolähde	1986	1987	1988	1989	1990
Mainostulot	–	37	78	86	88
Maksu-tv:n ohjelmatulot	–	9	36	72	84
Maksu-tv:n dekooderitulot	–	3	6	4	3
Yhteensä	–	49	120	162	175

Lähde: Oy Kolmoskanava Ab:n perustamissuunnitelma, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/8.11.1985, liite 69 (YLEA).

kehittämiseen, joka samalla tukee kansallista ohjelmatuotantoa" tekemällä hankintansa Yleisradiolta, MTV:ltä tai ulkopuolisilta tuottajilta. Ohjelmiston luonne ilmaistiin määrittelemällä painopistealueiksi pitkät elokuvat, urheilulähetykset, suorat tapahtumalähetykset, viihdeohjelmat, televisiosarjat ja nuoriso-ohjelmat. Kanava toisin sanoen keskittyisi alueille, joilla haluttiin palvella "katsojakunnan muuttuvaa ohjelmakysyntää" ja siten haastaa pahimmat kilpailijat. Kaupallista ilmettä korosti myös perustamissuunnitelman toteamus, jonka mukaan uudella kanavalla olisi "selkeät ja säännölliset lähetysajat sekä helposti muistiin jäävä ohjelmiston perusrakenne". Toisaalta Mykkänen lupasi, että kolmoskanava voisi tarjota alkuiltaan ohjelmapaikan ruotsinkieliselle tarjonnalle.[204]

Taloudelliset laskelmat perustuivat siihen, että kanava käynnistyisi vuoden 1987 alusta lukien. Ensimmäisen ja toisen vuoden tuloista valtaosa kertyisi mainostuloista, mutta vuosikymmenen vaihteeseen mennessä maksutelevisiosta olisi määrä tulla niiden kanssa tasaveroinen tulolähde. Mainosajan myynnin onnistumisen kannalta korostettiin jälleen kerran ohjelmiston kiinnostavuuden suurta merkitystä. Perustamissuunnitelmassa tulot oli kuitenkin arvioitu jopa puolet pienemmiksi – ja kenties realistisemmiksi – kuin yhtiön myyntiä ja markkinointia pohtineen työryhmän aiemmissa laskelmissa (ks. taulukko 4). Kustannuspuolella suurimman menoerän, kolme neljännestä kuluista, muodostaisivat ohjelmistokustannukset. Yhtiön taloudellisen tuloksen ennustettiin jäävän alkuvuosina tappiolliseksi, mutta plussalle kanava oli määrä saada vuoteen 1989 mennessä.[205]

Mutta vaikka hanketta esittelivät parhain päin niin Mykkänen, Siikala kuin Wessbergkin, hallintoneuvosto empi yhä. Se halusi vielä neljä lisäselvitystä: Salolainen halusi selvityksen Oy Kolmoskanava Ab:n mahdollisesta omasta toimiluvasta, hänen puoluetoverinsa Jaakko Korjus selvityksen omistuspohjan laajentamisesta, kansandemokraattien Jyränki ja ruotsalaisten Norrback puolestaan halusivat lisää tietoja yhtiön ohjelmatoiminnasta ja sen valvonnasta sekä Jyränki ja hänen puoluetoverinsa Toivo Pohjonen kolmoskanavan Yleisradiolle suorittamista korvauksista.[206]

Nyt selvityksiin ei enää tuhrattu aikaa, vaan hallintoneuvosto kokoontui seuraavan kerran jo kahden viikon päästä. Esitettyjen lisäselvitysten jälkeen pääjohtaja Sakari Kiuru antoi tytäryhtiön perustamisen hallintoneuvoston käsiin. Äänin 10–8 se päätti ensin, ettei päätöksentekoa enää lykätä. Sitten päätettiin äänin 10–4, että kaksi paikkaa uuden yhtiön hallituksessa riittää Yleisradiolle Korjuksen esittämän kolmen sijasta. Samoin äänin päätettiin myös, että uusi yhtiö toimisi Yleisradion toimiluvalla eikä sille haettaisi omaa, kuten Salolainen oli esittänyt. Päätökseen lisättiin vielä kolme lausumaa: J. Juhani Kortesalmi vaati alueellisen radiotoiminnan kehittämistä, Reino Paasilinna taas sitä, että hallituspaikkojen suhteet myöhemmin muutettaisiin omistussuhteiden mukaisiksi. Marjatta Väänäsen lausuma taas oli ohjelmapoliittinen: ”Hyväksyessään kolmannen tv-kanavan perustamisen hallintoneuvosto edellyttää, että uuden tv-kanavan ohjelmatoiminnassa noudatetaan tarkoin Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstöä, edistetään kotimaisen ohjelmiston osuutta ja laatua ja ylläpidetään kansallisia kulttuuriarvoja.”[207]

Ristiriita perustamissuunnitelman kuvaaman kaupallissävyisen hankkeen ja hallintoneuvoston edellyttämien kulttuuripoliittisten päämäärien välillä jäi näin elimelliseksi osaksi kolmoskanavan olemusta. Kanava perustettiin käytännössä pärjäämään markkinoilla sekä herättämään katsojien ja mainostajien kiinnostusta, mutta julkilausuttujen arvojen tasolla sen tuli palvella kotimaisen ohjelmatoiminnan ja teknologian kehitystä sekä kansallisia kulttuuriarvoja.[208]

Tytäryhtiön ja kanavan perustamisen poliittisesta ja viestintäpoliittisesta kiistanalaisuudesta kertoo se, että päätös jouduttiin tekemään äänestämällä. Käytännössä Oy Kolmoskanava Ab perustettiin sosiaalidemokraattien, keskustan ja SMP:n äänin kokoomuksen, ruotsalaisten ja SKDL:n jäädessä vähemmistöön. Asian vaikeudesta kielivät myös pöytäkirjaan jättämät varaumat ja se, että kansandemokraatit jättäytyivät kokonaan päätöksenteon ulkopuolelle. Antero Jyrängin mukaan kolmannen televisiokanavan tarpeellisuus oli kyseenalainen: ”Ohjelmapoliittisesti se ei 20 %:n kotimaisuusasteellaan tule oleellisesti vahvistamaan kotimaista tv-ohjelmatuotantoa tai kansallista kulttuuria. Myös hankkeen taloudellinen perusta on epävarmalla pohjalla.” RKP:n Ole Norrback puolestaan katsoi, että kolmannesta tv-verkosta päättäminen oli hätiköityä, koska taajuuksien jakoa paraikaa käsiteltiin

liikenneministeriössäkin. Häntä askarrutti, jääkö Ruotsin tv-kanavien välittämiselle Suomeen enää taajuuksia. Jyrängin tapaan myös Norrback epäili hankkeen talouslaskelmia.[209]

Oy Kolmoskanava Ab:n perustamisen kohtaama vastustus kieli myös siitä, että ilmapiirin liberalisoitumisesta huolimatta viestintäpolitiikan monet asetelmat olivat yhä ennallaan. Oppositiopuolueista SKDL puolusti yhä Yleisradion monopolia ja vastusti hanketta sen liiallisen kaupallisuuden vuoksi, kokoomus taas siksi, että sen mielestä Yleisradion pääasiallisesti omistama kanava ei vapauttanut kilpailua kylliksi, vaan päinvastoin lujitti monopolin valtaa. RKP lukeutui vastustajiin kielipoliittisista syistä: se pelkäsi hankkeen hidastavan ruotsinkielisten palvelujen kehittämistä. Puolueen puheenjohtaja, oikeusministeri Christoffer Taxell oli ehdottanut, että kolmoskanavalle tulisi ajaa Ruotsin television ohjelmia.[210] Uusien tuulien puuskittaisuudesta taas viestivät keskustan ja SDP:n kannan horjuvuus ja sisäiset erimielisyydet. Kiurun tulkinnan mukaan ratkaisevaa oli lopulta hallintoneuvoston keskustalaisen puheenjohtajan Reino Karpolan ja sosiaalidemokraattisen varapuheenjohtajan Lauri Sivosen yhtiön johdolle antama tuki. ”Kolmosen perustamisasian eteneminen ei hallintoneuvostossa – – ollut mikään läpihuutojuttu”, Kiuru kirjoittaa ja huomauttaa, että se vaati neuvostolta ”ison asennemuutoksen”.[211]

Myös lehdistön reaktiot kertoivat kiistanalaisuudesta. ”Ylen pohjaton säkki”, otsikoi *Turun Sanomat* pääkirjoituksensa, jonka mukaan ”odotettavissa on jo nykyisinkin mammuttitautisen yleisradiobyrokratian paisuminen entisestään” eikä ohjelmiston tasoonkaan ”olisi odotettavissa muutosta, koska kilpailua ei syntyisi”. *Ilkan* päätoimittaja Kari Hokkanen päivitteli kolumnissaan, miksi talousvaikeuksissa ollut Yleisradio lähtee ”lisäämään ohjelmatarjontaansa vaikka sen kaiken järjen mukaan pitäisi sitä karsia”. Kaikkein tyrmäävin oli kuitenkin *Hufvudstadsbladet*, jonka mukaan Suomi oli saamassa ”väärän kolmannen kanavan”: kesytetyn Sky Channelin, joka pursuaisi viihdettä ja palvelisi enemmän omistajiensa itsekkäitä etuja kuin katsojien tarpeita.[212]

”JUOKAA VAAN LISÄÄ SAMPPANJAA”

Yhtiön perustava kokous pidettiin Yleisradion päämajan kattokerroksen edustustiloissa Kesäkadulla maanantaina 25. marraskuuta, kolme päivää hallintoneuvoston taipumisen jälkeen. Hermostusta oli kuitenkin ilmassa. Kun Nokian Antti Lagerroos oli aamuyhdeksältä alkaneesta tilaisuudesta vartin verran myöhässä, hänen Mobiraansa ehti jo tulla huolestunut soitto Kiurulta: ”Onko jotain tapahtunut?” ”Mä sanoin, että ei. Että mä olin päässyt vain vähän myöhään liikkeelle. Että mä tulen. Että juokaa vaan lisää samppanjaa siellä.”[213]



Kolmostelevisio perustettiin Yleisradion päämajassa Kesäkadulla 25.11.1985. Eturivissä vasemmalta johtaja Alf Silfverberg ja toimitusjohtaja Antti Lagerroos Oy Nokia Ab:stä, radion johtaja Jouni Mykkänen ja pääjohtaja Sakari Kiuru Yleisradiosta sekä hallituksen puheenjohtaja Yrjö Turkama ja toimitusjohtaja Eero Pilkama MTV Oy:stä. Takarivissä vasemmalta kansliapäällikkö Jussi Tunturi, TV1:n johtaja Arne Wessberg ja lakimies Jyrki Pakarinen Yleisradiosta, MTV:n hallintoneuvoston puheenjohtaja Filip Pettersson ja MTV:n varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela. *Kuva: Seppo Sarkkinen / YLE Valokuva-arkisto*

Kaupparekisteriin yhtiö merkittiin maaliskuussa 1986, mutta siihen mennessä sen nimi oli jo jouduttu muuttamaan Oy Kolmostelevisio Ab:ksi. Yhtiöjärjestyksessä toimiala määriteltiin näin:

> Harjoittaa televisiotoimintaa sekä siihen olennaisesti liittyviä toimintoja. Tämän mukaisesti yhtiön toimialaan kuuluvat muun muassa uusien viestintämuotojen kehittäminen, ohjelma- ja muun viestintätoiminnan harjoittaminen sekä ohjelmistojen hankinta ja välittäminen. Toimintaansa varten yhtiö voi harjoittaa julkaisutoimintaa sekä omistaa ja hallita kiinteää omaisuutta.[214]

Yhtiön postiosoitteeksi ilmoitettiin Kesäkatu 2, Yleisradio, ja osakepääomaksi 15 miljoonaa markkaa, josta 7,5 miljoonaa oli maksettu. Kunkin osakkeen nimellishinnaksi määriteltiin 1 000 markkaa, osakkeiden määräksi 15 000 kappaletta ja enimmäispääomaksi 60 miljoonaa markkaa. Ensimmäisen hallituksen puheenjohtajaksi oli nimitetty pääomistajan edustajana TV1:n johtaja Arne Wessberg. Nokiasta hallitukseen tulivat johtajat Martti Juva ja Antti Lagerroos sekä MTV:stä toimitusjohtaja Eero Pilkama ja varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela. Yleisradion toinen edustaja hallituksessa oli TV2:n johtaja Tapio Siikala. Uuden yhtiön virkaa toimittavana toimitusjohtajana jatkoi tässä vaiheessa Paavela.[215]

Kaksi päivää perustamiskokouksen jälkeen Yleisradio jätti Kolmoskanavaa koskevan toimilupahakemuksensa liikenneministeriöön. Se haki laajennusta omaan toimilupaansa muuttamalla sen 9. kohdan muotoilua: ”Yhtiöllä on kuitenkin oikeus televisiotoiminnassaan käyttää apunaan MTV Oy:tä ja Oy Kolmoskanava Ab:tä siten kuin yhtiöt keskenään lähemmin sopivat”.[216] Kilpailija, Kanava Kolme, jätti omansa kaksi viikkoa myöhemmin, 10. joulukuuta. Se perusteli hakemustaan nimenomaan sillä, että käytössä olevat valtakunnalliset kanavat olivat jo Yleisradion ja MTV:n käytössä. Silloin ”kymmenien viestintäalan yritysten muodostama televisioyhtiö”, jonka ”omistajat toimivat eri puolilla maata” ja edustavat ”erilaisia yhteiskunnallisia näkemyksiä”, tarjoaisi ”vaihtoehdon katsojille”.[217]

Suomen televisiohistorian ensimmäinen varsinainen toimilupakilpailu oli alkanut.

POLIITTINEN TAISTELU KOLMOSKANAVASTA

Kolmoskanavan väylä ei tietenkään ollut vielä auki. Vasta yhtiö oli perustettu. Vielä ei tiedetty, saisiko se toimiluvan. Sillä oli merkittäviä poliittisia vastustajia niin oikealla kuin vasemmalla. Sillä oli myös äänivaltainen kilpailija, joka saattoi hämmentää niin poliittisia asetelmia kuin yleistä mielipidettä. Itse asiassa uuden yhtiön vaikeimmat hetket osuvat – kenties vuosien 1988–89 kanavajakoneuvottelujen ohella – sen ensimmäiseen puoleen vuoteen, jolloin se ei vielä ollut eetterissä, vaan vasta kamppaili olemassaolon oikeutuksestaan. Kamppailu päättyi kesäkuun alussa 1986, jolloin päätös toimiluvasta lopulta syntyi. Tässä luvussa paneudunkin toimilupaprosessiin, joka venyi odotettua pidemmäksi hallituspuolueiden keskinäisten ja sisäisten erimielisyyksien johdosta.

KAKSI KILPAILEVAA HAKEMUSTA

Epävarmuutta päätöksentekijöiden keskuudessa lietsoi osaltaan Yleisradion tilaama tehokkuusselvitys, joka valmistui joulukuussa 1985 hallintoneuvoston käsiteltäväksi. Kauppatieteen tohtori Markku Lahdenpään johdolla Strategic Analysis Management Inc. Oy:ssä laaditun selvityksen monien johtopäätösten tulkittiin olevan osittain ristiriidassa kolmoskanavahankkeen kanssa. Selvitys korosti, että Yleisradiolla olisi kylliksi töitä kahdenkin kanavan kanssa, ja suositteli, ettei sen tulisi sekaantua kanavan ohjelmatoimintaan. Sen sijaan se suositteli, että Yleisradio rakentaisi kolmannen verkon nimenomaan ”MTV:n omaksi lähetysverkoksi”, mikä vapauttaisi tilaa ohjelmatoiminnalle ja muuttaisi MTV:n maksaman korvauksen kanavavuokraksi jakelutekniikan säilyessä Yleisradion hallinnassa. Suositustaan

konsulttiyritys perusteli sillä, että järjestämällä MTV:lle näin lisää parasta katseluaikaa ja mahdollisuuden alentaa kontaktihintaa alueellisten mainospaikkojen avulla lujitettaisiin myös Yleisradion taloutta.[218]

Sen verran hämminkiä tehokkuusselvitys aiheutti, että hallintoneuvoston puheenjohtaja Reino Karpola halusi jarrutella ja arvioida kolmoskanavaa ”vielä toisen kerran talon sisällä nimenomaan voimavarojen kannalta”. Varapuheenjohtaja Lauri Sivonen luki konsulttien neuvoja pidemmälle: hänen mielestään kanavasta voisi ajan mittaan muodostua Yleisradion omistuksessa oleva väylä, jolla MTV harjoittaisi ohjelmatoimintaansa, mikä ”vapauttaisi Ylen lähettämään nykyisellä kahdella kanavalla omia ohjelmia”.[219]

Liikenneministeriö oli koko ajan ollut hyvin perillä kolmoskanavayhtiön valmistelun edistymisestä. Se johtui paitsi tiiviistä yhteydenpidosta myös siitä, että ministeriöllä oli oma edustajansa Yleisradion hallituksessa: kansliapäällikkö Juhani Korpela. Jo lokakuun lopussa, jolloin Yleisradion hallitus pääsi yksimielisyyteen yhtiön perustamista koskevasta esityksestään, Korpela ilmoitti ministeriön ryhtyvän välittömästi selvittämään kanavan käynnistämistä ja asettavan tarvittavat työryhmät. Itse perustamiseen Korpela ei tässä vaiheessa ottanut kantaa.[220]

Työryhmät, kaikkiaan kolme, asetettiin marraskuun alussa. Sisäasiainministeriön kansliapäällikkö Juhani Perttusen johtama ryhmä sai selvitettäväkseen perustamiseen liittyvät viestintä- ja kulttuuripoliittiset kysymykset. Kansliapäällikkö Juhani Korpelan ryhmä puolestaan selvitti taloudellisia kysymyksiä lähtien tulos- ja rahoituslaskelmista aina kanavan taloudellisiin vaikutuksiin. Uuden kanavan hallinnollisia ja organisatorisia kysymyksiä selvittämään ryhtyi Yleisradiosta ministeriön palvelukseen siirtyneen neuvottelevan virkamiehen Kaj-Peter Mattssonin johtama ryhmä. Oman työryhmän lisäksi Mattsson otti osaa kahden muunkin ryhmän työskentelyyn liikenneministeriön edustajana.

Käytännössä selvityksissä punnittiin ja vertailtiin kahta kilpailevaa toimilupahakemusta, Oy Kolmoskanava Ab:n ja Oy Kanava Kolme - Kanal Tre Ab:n. Molemmat tarjosivat jokseenkin viihteellistä ohjelmistokokonaisuutta, jossa ulkomaisilla sarjoilla ja elokuvilla olisi keskeinen osansa ja jonka kotimainen osuus hankittaisiin ulkopuolisilta tuotantoyhtiöiltä. Molempien oli määrä olla mainosrahoitteisia, mutta Kolmoskanavan erityispiirteenä oli se, että loppuillan tarjonta olisi maksullista. Kolmoskanavan etuna olivat kilpailijaa laajempi televisioalan tuntemus sekä Yleisradion valmiit mastot, joihin piti vain lisätä lähettimet. Kanava Kolme korosti Kolmoskanavaa enemmän pyrkimystään täyden palvelun kanavaksi sekä sitä, että sen kielinä olisivat sekä suomi että ruotsi. Hankkeiden kustannuksissa oli merkittäviä eroja, jotka johtuivat ohjelmaprofiilista, rahoitustavasta ja laajentumisvauhdista. Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteisyritys lupasi nopeampaa kasvua valtakunnalliseksi kuin lehtitalojen tv-yhtiö. (Ks. taulukko 5.)

Taulukko 5 Kaksi kilpailevaa toimilupahakemusta

Ominaisuus	Oy Kolmoskanava Ab	Oy Kanava Kolme - Kanal Tre Ab
Omistajat	YLE, MTV ja Nokia	36 sanomalehteä ja HTV
Osakepääoma	15 mmk	7,4 mmk
Tulolähteet	Mainonta ja maksu-tv	Mainonta
Arvioidut tulot (4. toimintavuosi)	Mainonnasta 88 mmk, maksu-tv:stä 87 mmk	Mainonnasta 62 mmk
Ohjelma-aika	18 h/viikko mainosrahoitteista, 27 h/viikko maksullista	33 h/viikko
Ohjelmiston kotimaisuusaste	Aluksi 20 %, kasvaa noin 35 %:iin	Aluksi 10 %
Kotimaisen ohjelmiston tuotantokustannukset	Noin 100 000 mk/h	Noin 150 000 mk/h
Ulkomaisen ohjelmiston hankintakustannukset	Noin 20 000–25 000 mk/h	Noin 11 000–15 000 mk/h
Ohjelmien välitys	YLEn verkko	Omat tai YLEn mastot, omat lähetysasemat, myöhemmin satelliittivälitys
Arvioidut ohjelmakustannukset (4. toimintavuosi)	95 mmk (sis. myös maksutelevision)	39 mmk
Lähetystoiminnan investoinnit	YLE rakentaa neljä asemaa/50 mmk	1. YLEn mastot + oma verkko 2. Oma lähetysverkko, 3 asemaa/25 mmk 3. Satelliittikanavan vuokraus + omat maa-asemat
Lähetystoiminnan vuokra/kustannukset	14 mmk/vuosi	1. Neuvoteltava YLEn kanssa 2. 4,5 mmk/vuosi 3. 8–12 mmk/vuosi
Näkyvyysalue	• Alussa Helsinki–Tampere–Turku–Lahti • 800 000 taloutta • Laajenee sitä mukaa kun YLE rakentaa asemia	• Alussa Helsinki–Tampere–Turku • 700 000 taloutta • Laajenee myöhemmin valtakunnalliseksi satelliitin ja/tai maa-asemien myötä
Markkinointi- ja hallintokulut	12 mmk/vuosi (sisältää dekooderien markkinoinnin)	4 mmk/vuosi
Arvioidut velat/korot **1. toimintavuosi** **2. toimintavuosi** **3. toimintavuosi** **4. toimintavuosi**	 38 mmk/2 mmk 48 mmk/3 mmk 16 mmk/2 mmk 9 mmk/1 mmk	 32,3 mmk/3 mmk 39,5 mmk/3,5 mmk 47,2 mmk/4,2 mmk 47,2 mmk/4,2 mmk

Lähde: Simo Karttunen ja Sirkka Manni-Loukola, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Täydennysosa, 24.2.1986 (1765/05/85) (LVMA).

"SUOMEN CHANNEL FOUR"?

Uuden kanavan viestintä- ja kulttuuripoliittisia ulottuvuuksia selvittänyt työryhmä painottui koostumukseltaan opetusministeriöön, jota siinä edustivat kulttuuriasiainneuvos Risto Kivelä, neuvottelevat virkamiehet Jukka Liedes ja Håkan Mattlin sekä työryhmän sihteeri, Taiteen keskustoimikunnan tutkija Ritva Mitchell. Ryhmän asiantuntemusta täydensi kirjailija Jörn Donner, jolla oli viestintäpoliittista kokemusta sekä Ruotsin elokuvainstituutin johdosta että Suomen Elokuvasäätiön hallituksesta. Työryhmän pysyviksi asiantuntijoiksi pestattiin sisäisen tarkastuksen päällikkö Unto Kumpusalo ja erikoistutkija Martti Soramäki Yleisradiosta. Lisäksi se kuuli paitsi tv-alan toimijoita Wessbergistä ja Paavelasta Laatuseen ja Anttilaan myös taiteilija-, toimittaja- ja kulttuurijärjestöjen edustajia.

Työskentelynsä pohjaksi työryhmä omaksui uusiokäyttöön Perttusen komitean kahden vuoden takaiset periaatteet, joiden mukaan riittävän osan yleisradio-ohjelmista olisi oltava kotimaista alkuperää ja lähetysten tulisi palvella tasapuolisesti erilaisessa sosiaalisessa asemassa ja maan eri osissa asuvia väestö- ja kieliryhmiä. Jäseniä muistutettiin myös tavoitteesta rakentaa ruotsinkielinen rannikkokanava sekä toisaalta siitä, ettei komitea ollut pitänyt kolmannen televisiokanavan rakentamista ajankohtaisena.[221]

Asiantuntijoiden kuuleminen toi ilmi, etteivät kulttuurielämän edustajat tunteneet paloa kolmanteen televisiokanavaan. Kirjailija Jouko Tyyri piti koko kanavaa tarpeettomana, koska henkisiä ja aineellisia resursseja ei ollut riittävästi. Timo Vuortama Suomen Sanomalehtimiesten Liitosta epäili, että kolmoskanavasta tulisi pelkkä välityskanava, jonka työllisyys- ja kulttuuripoliittiset tavoitteet jäisivät toteutumatta. Taiteen keskustoimikunnan puheenjohtaja taiteilija Lauri Ahlgrén vaati kiintiötä kanavan kotimaiselle ohjelmistolle. Työväen Sivistysliiton Pekka Gronow tähdensi, että kolmas kanava olisi kulttuuripoliittisesti mielekäs ainoastaan siinä tapauksessa, että se pystyy tarjoamaan enemmän ja parempaa kotimaista ohjelmaa kuin kaapelitelevision maksulliset kanavat. Toimittaja Jouko Blomberg Radio- ja Televisiotoimittajien Liitosta sentään piti Kolmoskanavaa huonoista vaihtoehdoista parhaana.[222]

Lopullisessa muistiossaan työryhmä piti uuden kanavan perustamista kulttuuri- ja viestintäpoliittisesti perusteltuna johtuen kansainvälisen televisioviestinnän kiristyneestä kilpailutilanteesta ja sen vaikutuksista kansalliseen televisiotoimintaan. Se nosti esimerkkeinä kansallisista ratkaisuista esiin Ruotsin hankkeen kolmannen valtakunnallisen kanavan perustamiseksi sekä eritoten Britanniassa 1982 käynnistyneen Channel Fourin, joka oli maan kaupallisten ITV-yhtiöiden taloudellisesti tukema mutta jolle oli asetettu selkeitä viestintäpoliittisia tehtäviä independent-ohjelmatuotannon ja alan työllisyyden kehittämiseksi.[223] Channel Fourin

oli määrä vaalia kokeellista ja uudistavaa ohjelmistoa pyrkimättä välttämättä suuriin katsojalukuihin. Samoin kanavan oli määrä suunnata tarjontaansa etnisille, kielellisille, sosiaalisille ynnä muille vähemmistöryhmille sekä työllistää nimenomaan BBC:n ja ITV:n ulkopuolista luovuutta.[224] Channel Four -esikuvan työryhmälle oli syöttänyt Yleisradion Wessberg. Kun kulttuuriasiainneuvos Kivelä kysyi, millaista taiteellista henkilökuntaa Kolmoskanavalle oli kaavailtu, Wessberg vastasi:

> Ei ole tarkoitus palkata taiteilijoita. Tarkoitus on edetä Englannin Channel Fourin tapaan: tehdään sopimuksia, komissioita, tuotettavista ohjelmista Kolmoskanavan ulkopuolisten kanssa. Nyt ulkopuolisten tuottajien, esimerkiksi Epidemin, ongelmana on jatkuvuuden turvaaminen toiminnalleen.[225]

Perttusen johtaman työryhmän näkemys suomalaisen televisiotoiminnan tilasta oli huolestunut mutta toiveikas. Kielimuuri ja syrjäinen maantieteellinen sijainti olivat suojelleet suomalaista televisiota, mutta katselutottumukset olivat kansainvälistymässä ja kilpailu kysytyimpien ohjelmatyyppien katsojista kiristymässä. Satelliitti- ja kaapelivälityksen laajentuminen saattoi sen mielestä lisätä alueellista eriarvoisuutta samalla, kun Yleisradio ja MTV taantuisivat kilpailun lisääntyessä.[226]

Viestintä- ja kulttuuripoliittinen työryhmä asettikin viisi yleisluonteista tehtävää suomalaisen televisiotoiminnan kehittämiselle. Ohjelmatarjonnan monipuolisuutta tuli lisätä, kotimaista ohjelmatuotantoa edistää ja ohjelmiston alueellisesta ja kielellisestä tasa-arvosta huolehtia. Samoin tuli sen mielestä huolehtia ohjelmatuotannon työllisyydestä sekä edistää kansainvälistä yhteistyötä audiovisuaalisessa ohjelmatuotannossa. Vaikka uuden valtakunnallisen kanavan perustaminen voisi edistää tavoitteiden toteutumista, työryhmä asetti sille selviä rajoituksia. Kanava ei saisi heikentää olemassa olevien kansallisten televisiokanavien voimavaroja ja sen tuli "täydentää nykyistä televisiotoimintaa tarjoamalla monipuolista ja laadukasta ohjelmaa". Se ei saisi myöskään heikentää Yleisradion asemaa. Lisäksi työryhmä nimesi peräti kahdeksan konkreettista viestintä- ja kulttuuripoliittista ehtoa, jotka toimiluvan saajan tulisi sitoutua täyttämään:

1. Kanava tulee rakentaa *valtakunnalliseksi* mahdollisimman pian.
2. Ohjelmatarjonnan tulee olla *parhaana katseluaikana* kaikille avointa.
3. Riittävän osan ohjelmistosta on oltava *ruotsinkielisen* väestönosan ymmärrettävissä, ja kanavan tulee edistää myös ruotsinkielistä ohjelmatuotantoa.
4. Kanavan tulee tilata suomalaisilta ulkopuolisilta tuottajilta enenevä osuus *kotimaista tv-draamaa*.
5. Kanavan tulisi pyrkiä välittämään ja taltioimaan *julkisten taidelaitosten* esityksiä.

6. Kanavan tulee pyrkiä yhteistyöhön *pohjoismaisten* tv-yhtiöiden ja *eurooppalaisten* tuottajien kanssa.
7. Kanavan tulee ottaa huomioon *kulttuurielämän* sekä erilaisten *vähemmistöjen* tarpeet.
8. Kanavan toiminnan tulee perustua *Yleisradion toimilupaan* ja täsmällisiin toimintasuunnitelmiin.[227]

Tavoitteissa korostuvat siten julkiselle palvelulle ominaiset laadun ja tasa-arvon kunnioitus sekä sivistykselliset ja kulttuuripoliittiset päämäärät. Vaikka viestintä- ja kulttuuripoliittisen työryhmän ei ollut määrä ottaa suoraan kantaa siihen, kummalle hakijoista toimilupa tulisi myöntää, rakennepoliittisessa katsannossa se asettui kannattamaan Yleisradion ja MTV:n aseman vahvistamista ja piti niiden suunnitelmaa ”vakavasti otettavana”. ”Mikäli kolmas kanava otetaan käyttöön, on tällä hankkeella etuja, jotka ovat kiistattomat verrattuna työryhmälle idearaakileena esiteltyyn lehtiyhtiöiden hankkeeseen.”[228]

Kulttuuripoliittisessa katsannossa työryhmä sen sijaan omaksui suomalaisittain uudenlaisen asenteen: perinteisen torjuvan protektionismin sijaan se halusi edistää aktiivisesti kotimaista tuotantoa ja tukea kotimaisen audiovisuaalisen sektorin kasvua. Kun satelliittien ja kaapelien uhkaa ei voitu torjua, niitä vastaan oli kehitettävä rakentavia vastarintakeinoja.[229] Uutta oli myös tapa korostaa erilaisten vähemmistöjen tarpeita. Molemmat piirteet viittasivat siihen, että työryhmän mielessä väikkyi ajatus kolmoskanavasta jonkinlaisena Suomen Channel Fourina, joka toisi televisioon paitsi uusia tuulia myös elvyttäisi kotimaista ohjelmatuotantoa.

Viimeisissä kokouksissaan Perttusen työryhmä saattoi vitsailla *Ilta-Sanomien* ja *Hufvudstadsbladetin* uutisella, jonka mukaan yhtä sen jäsenistä, kirjailija Jörn Donneria, povattiin Kolmoskanavan johtajaksi. Haastattelussa Donner kuitenkin ilmoitti olevansa haluton ryhtymään minkään ”Sky Channel Helsingin toimitusjohtajaksi”.[230]

”MAINONNAN KASVUSTA RIITTÄÄ KAIKILLE”

Kansliapäällikkö Juhani Korpelan johtaman taloudellisia kysymyksiä selvittäneen työryhmän jäsenet olivat hallitusneuvos Kai Törnblom ja neuvotteleva virkamies Kaj-Peter Mattsson liikenneministeriöstä sekä vanhempi budjettisihteeri Esko Meriläinen valtiovarainministeriöstä. Varsinaisen selvitystyön suoritti VTT:n graafinen laboratorio professori Simo Karttusen johdolla. Selvitys arvioi hakemusten tuotto- ja kustannuslaskelmat sekä uusien kanavien vaikutuksen Yleisradion talouteen.[231]

Kolmoskanavan laskelmaa mainostulojen kertymästä selvitysmiehet pitivät jokseenkin realistisena, mikäli taloudellinen kehitys olisi suotuisaa. He kuitenkin arvioivat mainostajien siirtymisen kanavalle hitaammaksi kuin hakemuksessa oli laskettu, sillä "mainostajat ovat valmiita tulemaan Kolmoskanavalle vasta sitten, kun heille pystytään osoittamaan korkeita katsojalukuja". Vielä epävarmempana arvio piti maksutelevision odotettua tulokertymää, koska maksu-tv ei yleensä missään ollut kehittynyt niin nopeasti kuin oli odotettu. 20 prosentin sijasta kenties vain 5–10 prosenttia katsojista tilaisi maksullista ohjelmistoa.[232] Kanavan budjetoidut ohjelmakustannukset sen sijaan katsottiin mahdollisiksi, jos ohjelmien hankinnassa "korostetaan taloudellisuutta". Se tarkoitti esimerkiksi sitä, että "kotimaista draamaa ja muuta vastaavaa korkeatasoista mutta samalla kallista tuotantoa esitetään varsin rajoitetusti", että "kotimaisen ohjelman tuotannossa käytetään pääsääntöisesti kevyttä tuotantotekniikkaa ja tuotantotapaa" ja että siitä merkittävä osa on sarjamuotoista. Ohjelmiston yli 20 prosentin kotimaisuusasteeseen ainakaan alkuvuosina graafisen laboratorion selvittäjät eivät siksi uskoneet.[233]

Selvityksen mukaan sekä lähetysasemaverkon rakentamiseen että dekooderien välitykseen liittyi niin paljon epävarmuustekijöitä, että "Kolmoskanavan vakiinnuttaminen veisi arvioitua kauemmin", minkä johdosta olisi varauduttava myös arvioitua suurempaan lainanottoon ja korkomenoihin. Graafisen laboratorion tutkijoita epäilytti myös se, että Kolmoskanavan oli määrä luovuttaa markkinointivastuu yhtiön ulkopuolelle eli MTV:lle. "Voidaan kysyä, kenen hyväksi MTV:n myyntiorganisaatio toimisi, jos kilpailu mainostuloista kärjistyisi", he pohtivat.[234]

Hankkeen taloudellisen onnistumisen edellytykset työryhmä tiivistikin ketjuksi, jossa ensin oli hankittava muihin kanaviin ja videotarjontaan nähden kilpailukykyinen ohjelmisto. Tämän jälkeen ohjelmille oli saatava riittävästi katsojia, jonka jälkeen mainostajille oli kyettävä osoittamaan, että kanavalla oli riittävä tai mainostajan toivoma yleisö. "Vasta tämän jälkeen on mahdollista saavuttaa hakemuksessa esitetyt mainostulotavoitteet", selvitys päätteli.[235]

Työryhmä arveli kolmannen kanavan jonkin verran synnyttävän mainonnan uusjakoa television hyväksi, jolloin suurimmat menetykset kärsisivät paitsi MTV myös alueelliset valtalehdet. Jos kansantalouden kasvu kuitenkin jatkuisi suotuisana, "mainonnan kasvusta riittää osuutensa kaikille medioille". Selvitys kuitenkin arvioi, että MTV saattaisi menettää mainostuloja "ennakoitua enemmän", mikä heijastuisi välillisesti myös Yleisradion talouteen. Lisääntyneen lainantarpeen riskin kantaisi Yleisradio suurimpana osakkeenomistajana. Jos taas maksu-tv-suunnitelma epäonnistuisi, voisi Nokian omistukselta pudota motiivi, mikä edelleen heikentäisi yhtiön taloudellista perustaa. Oy Kolmoskanava Ab:n haitallista vaikutusta Yleisradion ja MTV:n talouteen selvittäjät pitivät kuitenkin vähäisempänä kuin Kanava Kolmen mahdollista vaikutusta.[236]

Kanava Kolmen toimilupahakemuksen liiketaloudellisia edellytyksiä työryhmä ei voinut puutteellisten tietojen vuoksi määräaikaan mennessä punnita, sillä yhtiö toimitti konsulttitoimisto Mec-Rastorin laatiman toteutettavuusselvityksen[237] ministeriölle myöhässä. Jälkierittelyssä selvitysmiehet arvioivat, että lehtien tv-yhtiön laskelmat mainostuloista olivat paitsi maltillisia myös realistisia, samoin kustannuslaskelmat. Loppuarvio kilpailevasta hankkeesta oli kaikin tavoin myönteinen:

> Liikeidea on selkeä ja yksinkertainen: pääosin valtakunnallinen mainosrahoitus, oma kanava sekä ohjelmaprofiili. Tällä rakenteella, joka myöhemmin voisi laajeta sekä maantieteellisesti että myynnillisesti, eivät yhtiön takana olevat sanomalehdet ja kaapeli-tv-yhtiöt halunne esiintyä YLEn kilpailijana vaan vaihtoehtona ja täydentäjänä. MTV:lle ainoana valtakunnallisen tv-mainonnan tarjoajana Kanava Kolme ajan mittaan muodostaisi selvän kilpailijan.[238]

Itse asiassa mitään noin myönteistä graafisen laboratorion tutkijat eivät Oy Kolmoskanava Ab:n hakemuksesta sanoneet. Päinvastoin sen suunnitelmiin esitettiin lukuisia varaumia.

Kaj-Peter Mattssonin hallinnollisia ja teknisiä kysymyksiä pohtinut työryhmä keskittyi yhtäältä mahdollisen toimiluvan velvoitteisiin sekä toisaalta taajuuksien käytön ja lähetystoiminnan erityisongelmiin. Työryhmään kuuluivat yli-insinööri Vesa Palonen ja vanhempi hallitussihteeri Harri Pursiainen liikenneministeriöstä ja yli-insinööri Kalevi Teräsvuo Posti- ja telehallituksesta. Muita työryhmiä vieläkin selvemmin Mattssonin nelihenkinen tiimi pidättäytyi ottamasta kantaa siihen, kummalle kahdesta hakijasta toimilupa tulisi myöntää.

Sen sijaan se totesi, että Suomeen voitaisiin rakentaa vielä jopa kaksi valtakunnan kattavaa tv-verkkoa, joten valtioneuvostolle jäisi yhä harkinnan varaa toimilupien myöntämisessä. Jos toimiluvat nyt myönnettäisiin sekä Kolmoskanavalle että Kanava Kolmelle, uusia kanavia ei sen jälkeen enää mahtuisi. Kansantaloudellisesti edullisimmaksi työryhmän mukaan tulisi sijoittaa uudet lähettimet Yleisradion olemassa oleville tv-asemille. Kanava Kolmen esittämää ajatusta televisioverkkojen siirtämisestä posti- ja telelaitoksen alaisuuteen, työryhmä sen sijaan ei käsitellyt, koska katsoi, ettei asia kuulunut sen tehtävänantoon.[239]

Päähuomion saivat toimiluvan saajalle asetettavat ehdot, jotka Mattssonin työryhmä listasi viittaamalla kahden muun työryhmän ehdotuksiin. Osa ehdoista olisi kulttuuri- ja ohjelmapoliittisia, osa kanavan saatavuuteen liittyviä, osa taas valvontaan, talouteen ja tekniikkaan liittyviä. Kanavan ohjelma- ja kulttuuripoliittiseksi yleistavoitteeksi tulisi asettaa ”kansallisen ohjelmatuotannon ylläpitäminen ja kehittäminen sekä kansallisen ohjelmatuotantorakenteen monipuolistaminen”. Tavoite saavutettaisiin liittämällä toimilupaan ehto, jonka mukaan tietty kasvava

prosenttiosuus kanavan ohjelmatarjonnasta tulisi olla suomalaista alkuperää, ja määräämällä kanava myös käyttämään ulkopuolisia tuottajia ohjelmahankinnassaan. Edelleen työryhmä katsoi, että toimiluvan saajan ”tulee lähetystoiminnassaan ottaa huomioon myös kielellisten vähemmistöjen tarpeet” ja että määräys olisi sisällytettävä toimilupaan. Verkon laajentamisesta valtakunnalliseksi työryhmä myös halusi selvät ehdot toimilupaan, samoin se ehdotti harkittavaksi sitä, että toimiluvassa säädettäisiin maksullisten lähetysten enimmäistuntimäärästä.[240]

Uuden kanavan valvonnan osalta hallinnollisesti yksinkertaisimpana ratkaisuna työryhmä piti sitä, että toimilupaehtojen yleisestä valvonnasta huolehtisi liikenneministeriö. Yleisradion hallintoneuvoston valvonta tulisi kyseeseen vain siinä tapauksessa, että toimilupa myönnettäisiin Oy Kolmoskanava Ab:lle.[241]

LIIKENNEMINISTERI KIIREHTII

”Työryhmät varovaisen myönteisiä kolmanteen televisiokanavaan”, liikenneministeriö otsikoi tiedotteensa, kun sen asettamat kolme työryhmää jättivät helmikuussa 1986 ehdotuksensa ministeri Luttiselle. Ministeriön välitön päätelmä oli, että valtakunnallista televisiotoimintaa kannatti laajentaa, mutta aineelliset ja henkiset voimavarat huomioon ottaen vain yhden uuden kanavan verran.[242]

”Kun päätös uudesta tv-kanavasta on merkittävä ja kauaskantoinen kansallinen viestintäpoliittinen ratkaisu, toimilupapäätös on tehtävä harkiten”, Luttinen oli todennut paria viikkoa aiemmin. Nyt mietintöjä vastaanottaessaan hän uumoili, ettei kolmoskanava olisi valtioneuvostossakaan läpihuutojuttu, vaan keskustelua herättäisivät paitsi uuden kanavan tarpeellisuus ylipäänsä myös se, onko Yleisradion oltava mukana mainostuloilla tai katselumaksuilla rahoitettavassa toiminnassa. Entä kuinka nopeasti uusi kanava voisi saavuttaa 35–40 prosentin kotimaisuusasteen, jota Luttinen piti tavoiteltavana? Esimerkiksi *Suomenmaa* nosti Perttusen työryhmän kulttuuripoliittiset ehdot kolmatta kanavaa myönteisesti raamittaviksi mittapuiksi. *Helsingin Sanomat* taas huomasi epäillä, ettei kummankaan luvanhakijan olisi ”taloudellisesti järkevää” lähteä toteuttamaan kanavaa niiden varassa.[243]

Liikenneministeriöltä vei kuukauden muotoilla oma kantansa. Maaliskuun puolivälissä se tiedotti esittävänsä kolmannen televisiokanavan antamista Yleisradion, MTV:n ja Nokian perustaman yhtiön käyttöön siten, että Oy Kolmoskanava Ab toimisi Yleisradion täydennetyllä toimiluvalla. Ohjelmat rahoitettaisiin mainoksilla ja maksu-tv-toiminnalla. Ministeriön esitys noudatti siten täsmälleen niitä suuntaviivoja, jotka Yleisradio oli marraskuisessa toimilupahakemuksessaan hahmotellut. Kiinnostavimpia olivat kuitenkin ministeriön perustelut valita kandidaateista juuri Kolmoskanava eikä Kanava Kolmea:

1. Se takaisi parhaiten kotimaisen *ohjelmatuotannon edistämisen*.
2. Se varmistaisi kohtuullisen *kotimaisuusasteen* paremmin kuin toisen hakijan hanke.
3. Se tarjoaisi laajemman *alueellisen peiton* kuin kilpaileva hanke.
4. Sen osakkailla on parempi *televisioalan tuntemus* kuin lehtiyhtiöillä.
5. Kaventaessaan MTV:n markkinaosuutta lehtiyhtiöiden hanke saattaisi ajan myötä välillisesti heikentää *Yleisradion taloutta*.[244]

Liikenneministeriön mielestä televisiokanavan saajalle oli toimiluvassa kuitenkin asetettava selviä ehtoja, joilla turvattaisiin päätöksen viestintä- ja kulttuuripoliittisten tavoitteiden toteutuminen. Tässä vaiheessa ehtoja oli seitsemän:

1. Toimiluvan saajan on laajennettava lähetystoimintaa asteittain siten, että *mahdollisimman suuri osa väestöstä* voisi seurata lähetyksiä.
2. *Parhaaseen katseluaikaan* kanavan ohjelmien tulee olla kaikille avoimia.
3. Alkuvaiheessa 20 prosenttia kanavan ohjelmistosta on oltava *suomalaista alkuperää*, mutta lähivuosina osuuden on noustava 35–40 prosenttiin.
4. Kotimaisen ohjelman hankintaan tarkoitetuista varoista 25 miljoonaa markkaa vuodessa olisi käytettävä Yleisradion ja MTV:n *ulkopuolisilta tuottajilta* hankittaviin ohjelmiin.
5. Kanavan on noudatettava Yleisradion *ohjelmatoiminnan säännöstöä*.
6. Riittävän osan ohjelmistosta tulee olla *ruotsinkielisen väestönosan* ymmärrettävissä.
7. *Mainonnassa* tulee noudattaa samoja määräyksiä kuin MTV:n toiminnassa.[245]

Kolmoskanavalle asetetut ehdot oli pääosin lainattu Perttusen työryhmän ehdotuksista ja muistuttivat hengeltään Yleisradiolle asetettuja yleispalveluvaatimuksia – joskaan Yleisradiolla ei ollut tarkkoja velvoitteita kotimaisuusasteesta eikä ulkopuolisten tuottajien käytöstä.[246] Perustelut kanavaratkaisulle olivat kilpailupoliittisia, talouspoliittisia, aluepoliittisia ja kulttuuripoliittisia. Ratkaisulla haluttiin vahvistaa olemassa olevaa yleisradiotoiminnan rakennetta sekä Yleisradion ja MTV:n taloutta, koska muuten yhtiöt olisivat vaarassa taantua. Ohjelmiston kotimaisuus ja kotimaisen ohjelmatuotannon edistäminen nostettiin päällimmäisiksi arvoiksi, mutta liikenneministeri valitteli haastattelulausunnossaan sitä, että oli joutunut tinkimään kotimaisuusvaatimuksesta.[247]

Uutta oli se, että tilaukset ulkopuolisilta tuottajilta nostettiin toimilupaehtoihin. Se myötäili hyvin ilmapiiriä, jossa Yleisradiota samaan aikaan moitittiin tehottomaksi ja hidasliikkeiseksi jättiläiseksi, jossa oli liikaa henkilökuntaa ja jolla ei ollut riittävää joustavuutta esimerkiksi draaman ja viihteen alueella.[248] Toisaalta on

kiinnostavaa, että liikenneministeriö oletti, että vain osa kotimaisesta ohjelmistosta hankittaisiin ulkopuolisilta tuottajilta, kun pääosa olisi Yleisradion ja MTV:n tuotantoa. Muita laatu- tai sisältövaatimuksia ministeriö ei toimilupaan ehdottanut. ”Mutta menestyäkseen kolmannen kanavan tulee lähettää suosittua ohjelmaa”, Luttinen uskoi. Liikenneministeriön mielestä toimiluvan myöntämisellä oli myös kiire, koska ”muuten kotimaisen ohjelmatuotannon osuus televisio-ohjelmien kokonaistarjonnasta vähenee ja suomalaisten katselutottumukset kansainvälistyvät yksipuolisesti”.[249] Perustelu oli lainattu suoraan Yleisradion ja MTV:n jo edellisenä syksynä käyttämistä argumenteista.

Liikenneministerin arvio, että asia ratkeaisi valtioneuvostossa maaliskuun aikana, oli turhan optimistinen. Nyt alkoi kolmoskanavaa koskeneen poliittisen lobbauksen kolmas vaihe: toimilupapallottelu. Jos kolmatta kanavaa koskevaa poliittista kiistelyä oli tähän asti käyty lähinnä lehtien palstoilla sekä Yleisradion hallintoelimissä, nyt erimielisyydet siirtyivät valtakunnanpolitiikkaan, maan hallitukseen, jossa asetelmat vielä kerran muuttuivat. Yksittäiset ministerit ryhtyivät kolmoskanavasotaan keskenään. Ilmaantui myös uusia malleja kolmannen kanavan ohjelmatoiminnan järjestämiseksi.

TAXELLIN JA SORSAN JARRUTUSTAISTELU

Sorsan hallituksen viestintäpoliittista ministerivaliokuntaa johti oikeusministeri Christoffer Taxell (r). Sen muita jäseniä olivat liikenneministeri Matti Luttinen (sd), puolustusministeri Veikko Pihlajamäki (kesk), opetusministeri Kaarina Suonio (sd) ja toinen valtiovarainministeri Pekka Vennamo (smp). Lisäksi sen kokouksissa oli paikalla liikenne- ja opetusministeriön virkamiehiä, muun muassa kansliapäällikkö Juhani Korpela sekä neuvottelevat virkamiehet Kaj-Peter Mattsson ja Jukka Liedes. Ministerivaliokunnan tehtävä on valmistella viestintäpolitiikkaa sivuavat asiat ennen koko valtioneuvoston yhteistä käsittelyä ja päätöksentekoa.

Kun liikenneministeri Luttinen toi kolmoskanavan ensimmäistä kertaa ministerivaliokunnan kokoukseen 14. maaliskuuta, oli selvää, etteivät ministerit olleet valmiita lyömään kantojaan lukkoon. Luttinen ja Korpela selostivat läsnäolijoille tehtyä valmistelutyötä. Ministeriön kolmen työryhmän muistioista oli laadittu tiivistelmä. Asiantuntijana kuultiin Posti- ja telehallituksen yli-insinöörin Kalevi Teräsvuon selvitys televisiotoiminnan laajentamisen edellyttämistä taajuusjärjestelyistä. Seuraavaan kokoukseen päätettiin kutsua Yleisradion ja MTV:n edustajat kuultaviksi. Viikkoa myöhemmin valtioneuvoston kokoushuoneessa numero 1 Senaatintorin itäreunalla olivatkin paitsi pääjohtaja Sakari Kiuru ja varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela myös Posti- ja telehallituksen pääjohtaja Pekka Tarjanne, jotka

kaikki vakuuttivat toiminnan käynnistäminen olevan pelkkä tekninen kysymys. Ministereistä Luttinen, Suonio ja Vennamo olisivat jo olleet valmiita päätöksiin, mutta puheenjohtaja Taxell ei. Hänen mielestään päätös voitaisiin tehdä aikaisintaan seuraavassa kokouksessa, jonka jälkeen se vietäisiin hallituksen iltakouluun.[250]

Luttinen uskoi jo, ettei yllätyksiä tulisi. Runsasta viikkoa myöhemmin, aprillipäivänä, ministerivaliokunta päätyikin yksimielisesti puoltamaan kolmannen televisiokanavan toteuttamista liikenneministeriön ehdottamalla tavalla. Sen mielestä kolmoskanavan laajentamisen aikataulua tulisi tarkentaa, samoin ministerit kaipasivat tarkennuksia alueellisen tuotantokapasiteetin hyväksikäyttöön ja ruotsinkielisen ohjelmiston osuuteen. Ministerit keskustelivat vielä siitä, voitaisiinko kotimaisuusvaatimusta vielä nostaa, mutta liikenneministeri totesi sen liiketaloudellisesti mahdottomaksi.[251]

Hämmennystä kuitenkin aiheutti se, että Taxell oli muutamaa päivää aiemmin ehtinyt antaa *Helsingin Sanomille* laajan haastattelun, jossa hän ilmoitti pitävänsä uutta kanavaa tarpeettomana: se lisäisi katsojien eriarvoisuutta eikä ratkaisisi sotaa satelliittilähetyksiä vastaan. ”Ruotsinkielinen väestö ihmettelisi, kun parhaaseen katseluaikaan tulee lisää ohjelmaa, jota se ei ymmärrä.” RKP:n puheenjohtaja halusi, että samaan aikaan kolmoskanavapäätöksen kanssa ratkaistaisiin myös Ruotsin tv-kanavien näkyminen Suomessa. Siksi Taxell ilmoitti jatkavansa hankkeen jarrutusta:

> Ei tässä ole mitään tulipalokiirettä. Ei päätöstä tarvitse tehdä ensi viikolla eikä parin viikon päästäkään. Kaapelitelevisiolakia valiokunta käsitteli 20 kertaa. En ehdottomasti vastusta kolmoskanavaa, mutta minusta olisi viisasta miettiä, mitä sillä halutaan edistää. – – En ole vakuuttunut, että se on paras tapa edistää kotimaisen ohjelman tuottamista.[252]

Taxell arvosteli samalla sosiaalidemokraattien viestintäpolitiikkaa: vasemmisto oli halunnut torjua MTV:n uutiset niiden kaupallisuuteen vedoten, mutta ”nyt kaupallisen kolmannen kanavan innokkain ajaja on sosiaalidemokraattinen liikenneministeri”. Oikeusministerin mielestä tulisi pohtia tarkemmin sitä, miten kolmas kanava vaikuttaisi lehdistön asemaan – siitä huolimatta, että VTT:n graafisen laboratorion tutkijat olivat arvioineet sitä jo hyvinkin tarkasti. Samoin Taxell halusi vielä kerran pohdittavan, olisiko kolmannen televisioverkon rakentaminen kansantaloudellisesti mielekästä ja kuka vastaisi, jos hanke epäonnistuu taloudellisesti. Häntä epäilytti Yleisradion monopolin vahvistaminen, eikä hän uskonut, että kanava voisi pelastaa yhtiön talouden: ”Kultakaivosta siitä ei tule.” Sen sijaan hän epäili, että kanavaa rakennettaisiin viime kädessä MTV:n käyttöön:

On epäilyjä, että MTV:n on helpompi saada yksi kanava omaan käyttöönsä ja oma toimilupa, jos kanavia on kolme. Onko se Yleisradion edun mukaista? Yle ei ehkä ole hahmottanut oikein rooliaan.[253]

Vaikka Taxell kävi yhden miehen jarrutustaisteluaan, hän ei ollut halunnut äänestyttää ministerivaliokuntaa, ”koska se on vain hallituksen valmisteluelin”. Valiokunnan tekemät alue- ja kielipoliittiset tarkennusvaatimukset liikenneministeriön esitykseen olivat kuitenkin nimenomaan Taxellin ja Pihlajamäen ehdottamia. Taxell lupasi myös, ettei veisi asiaa äänestykseen hallituksessa. Luttinen uskoi hallituksen päättävän toimiluvasta mahdollisesti seuraavalla viikolla, ja Yleisradio ja MTV laskivat toiminnan käynnistyvän vielä ennen vuoden loppua.

Seuraavaksi kolmoskanavan kulkua ryhtyi jarruttamaan pääministeri Kalevi Sorsa. Sorsan ja Yleisradion suhteet olivat jo ennestään kitkerät. Taannoinen infokratiapuhe oli siitä vain jäävuoren huippu, samoin pääministerin edellissyksyinen kiukuttelu Yleisradion toivomaa lupamaksun korotusta vastaan.[254] Kolmoskanava antoi hyvän syyn jatkaa ”lintujen taistelua”, Sorsa vastaan Kiuru.[255]

Päivää sen jälkeen, kun viestintäpoliittinen ministerivaliokunta oli asettunut kolmoskanavaesityksen taakse, Sorsa vieraili sosiaalidemokraattien tilaisuudessa Helsingin Itäkeskuksessa. Kolmoskanava nousi esiin yhdessä yleisökysymyksessä, jonka seurauksena paikalla suoritettiin käsiäänestys siitä, kuinka moni halusi uuden kanavan. Kun vain pari kättä nousi sen puolesta, Sorsa innostui ehdottamaan, että kolmoskanavasta pitäisi järjestää kansanäänestys. ”Sorsa on ilmoittanut minulle, ettei hän vastusta television kolmoskanavan pystyttämistä”, Luttinen ihmetteli kansanäänestysehdotusta.[256]

Vaikkei Sorsan ehdotus välttämättä ollut tarkoitettu otettavaksi vakavasti, se heijasteli pääministerin vastenmielisyyttä hanketta kohtaan. Sorsa toisti omat epäilynsä viikkoa myöhemmin SDP:n puoluetoimikunnassa, jossa liikenneministeri Luttinen kävi selostamassa ajankohtaisia viestintäpoliittisia kysymyksiä. Lehtitietojen perusteella keskustelu keskittyi kolmoskanavaan ja oli vilkasta, mutta pöytäkirjaan sen sisällöstä ei tehty merkintöjä.[257]

Sosiaalidemokraattien joukoissa Sorsa ei määrännyt kuitenkaan kaikkien tahtia. Puoluetoimiston taustamuistiossa varoitettiin, että ”jos hallitus nyt sanoisi ei, jokin tuleva hallitus saattaisi kuitenkin myöntää uusia toimilupia”. Silloin Kolmoskanavan tilalle voisikin nousta ”kaupallinen paikallistelevisio”. Puoluetoimisto muistutti myös eduskuntaryhmän jo marraskuussa puoltaneen toimiluvan myöntämistä Yleisradio-vetoiselle hankkeelle.[258]

OPPOSITIO JA KULTTUURIVÄKI HERÄÄVÄT

Jos päähallituspuolue pysyi epäilevänä, ei oppositiokaan lämmennyt kolmoskanavan toimiluvalle. Vasemmistoa edustaneen SKDL:n liittohallitus otti kannan, jonka mukaan kanavasta pitäisi käydä laajempi keskustelu. Puolue epäili hankkeen kannattavuutta mutta halusi kulttuuripoliittisista syistä nostaa yhtiölle asetettavaa kotimaisuusvaatimusta. Sen mielestä kanavan perustaminen ei palvelisi kenenkään suomalaisesta kulttuurista huolta kantavan etuja, "tuleehan kolmas kanava käytännössä lisäämään sekä määrällisesti että suhteellisesti vain amerikkalaisen pinnallisen ja tyhjänpäiväisen viihteen tarjontaa".[259]

Edustaja Esko-Juhani Tennilä teki eduskunnassa Luttiselle suullisen kysymyksen, jossa tivattiin, miksei niin merkittävää kulttuuripoliittista ratkaisua kuin uuden televisiokanavan perustaminen tuotu eduskunnan ratkaistavaksi. Luttinen vastasi, että lain mukaan toimiluvista päättää valtioneuvosto ja että eduskunnan valitsema hallintoneuvosto oli päättänyt Kolmostelevision perustamisesta ja toimilupahakemuksesta. Tennilä esitti lisäkysymyksen: "Miten on mahdollista, että hallitus aikoo ohi eduskunnan tehdä päätöksen ylikansallista, erityisesti amerikkalaista roskaviihdettä ja sen tarjontaa ja katselua lisäävästä kolmoskanavasta?" Luttinen vastasi, ettei kaikilla ole samaa näkemystä kolmoskanavan ohjelmistosta.[260]

Edustaja Tennilän suullinen kysymys ja liikenneministeri Luttisen siihen antama vastaus muodostivat ainoan kolmoskanavasta suoraan käydyn keskustelun eduskunnassa. Luttinen oli vastauksessaan tietysti oikeassa. Laki radiolaitteista antoi toimilupia koskevan päätösvallan yksiselitteisesti valtioneuvostolle, ja eduskunta oli välillisesti voinut osallistua Kolmostelevisiota koskevaan päätöksentekoon Yleisradion hallintoneuvoston kautta. Sittemmin, kaapeli-tv-lain säätämisen yhteydessä seuraavana syksynä ja tammikuussa 1987, kansanedustajat palasivat kolmannen tv-verkon perustamiseen ja purkivat turhautumistaan useissa puheenvuoroissa.[261]

Kokoomuksen eduskuntaryhmälle kolmoskanavahanketta kävi puolustamassa Aarno Kaila, mutta mitään kannanottoa ei lopulta sorvattu. Sen sijaan muistutettiin kokoomuksen viestintäpoliittisesta periaatekannasta, jonka mukaan MTV:lle tulisi antaa oma toimilupa. Puolueen aktiiviset viestintäpoliitikot, kansanedustajat Martti Tiuri ja Pertti Salolainen, katsoivat kirjoituksissaan kolmoskanavan lujittavan yleisradiotoiminnan monopolia ja olevan siten puolueen viestintäpoliittisen ohjelman vastainen. Heidän mielestään Suomi tarvitsisi kanavien uusjärjestelyn, jossa Yleisradiolle jäisi ykköskanava, MTV saisi kakkoskanavan ja oman toimiluvan, kun taas kolmas kanava tuli antaa yksityisten alueellisten ja paikallisten televisioyritysten käyttöön.[262]

Vastustus ilmeni myös lehtien pääkirjoituspalstoilla. *Helsingin Sanomien* mielestä hanke vaaransi Yleisradion "tärkeiden perustehtävien kehittämisen". *Hufvudstadsbladet* kehotti vielä kerran miettimään, voitaisiinko kanavalla tarjota myös Ruotsin television ohjelmistoa. Kolumnistit taas eivät uskoneet kanavalle asetettujen kulttuuripoliittisten tavoitteiden toteutumiseen. Eero Silvasti valitti, kuinka Suomi oli saamassa "vahingossa" ja ilman "laveaa kulttuuri- ja viestintäpoliittista pohdintaa" kolmannen kanavan, jota kukaan ei tunnu kaipaavan. Erkka Lehtola epäili luvatun kotimaisen ohjelmiston laatua, sillä vanhojenkin kanavien "viihdeohjelmista vitsit ovat vähissä, tv-dokumenteista on tullut kuvaruutukatsauksia, ja elokuvatkin ovat usein niin vanhoja ja kuluneita, että jo alkutekstien jälkeen katsoja on umpiunessa". Outi Nyytäjän mielestä Yleisradion pitäisi pikemminkin ravistella omia rakenteitaan kuin lähteä perustamaan "uutta samantekevää kanavaa vuokravideoiden taustaksi". Peter von Baghin mielestä kolmoskanava oli huipentamassa Yleisradion "jo pitkällä olevan lapsellisen ja vastuuttoman kilpajuoksun katsojalukujen perässä". Heikki Hellman päätteli, että kanavalle olisi luvassa "lisää ruutuyseja, napakymppejä ja kehäkolmosia".[263]

Myös toimittaja- ja kulttuurijärjestöt karsastivat toimialansa laajennusta. Radio- ja Televisiotoimittajien Liitto (RTTL) arvioi, että "esitetyt perustelut kolmoskanavan kannattavuudesta ja taloudesta ovat epävarmoja ja puutteellisia". Yleisradiolaiset pelkäsivät, että uuden kanavan palveleminen söisi omilta ohjelmilta aikaa ja resursseja. Kansan Sivistystyön Liiton (KSL) mielestä uusi kanava ei tarjoa "mitään uutta mediavaihtoehtoa tai demokraattista esiin tulemisen mahdollisuutta". Jopa Suomen Elokuvateatteriliitto (SEOL) oli huolissaan kolmoskanavan vaikutuksesta elokuvateatteritoimintaan.[264]

Vaikutuspyrkimykset olivat moninaisia. Sanoma Osakeyhtiön johtajat Jaakko Rauramo ja Matti Anderzén yrittivät puuttua peliin vetoamalla suoraan pääministeri Sorsaan. 26. maaliskuuta päivätyssä kirjeessään se sanoivat huolestuneina seuranneensa "YLE–MTV–Nokian kolmoskanavahankkeen nopeaa, mutta harkitsematonta etenemistä eri päätöksentekoelimissä". Kirjeessään he ehdottivat, että hallitus ryhtyisi laajemmin selvittämään ajankohtaisia viestintäpoliittisia kysymyksiä. Rauramo ja Anderzén huomauttivat, etteivät pitäneet myöskään sanomalehdistön rinnakkaishanketta mielekkäänä. Yleisradio-vetoinen Kolmoskanava-hanke ei kuitenkaan sopinut yhteen yleisradiotoiminnan *public service* -luonteen kanssa. Liitteeksi laatimassaan muistiossa Anderzén listasi hankkeen ongelmakohtia:

- Viestintäpoliittisesti kolmoskanava auttaisi MTV:n pyrkimyksiä saada käyttöönsä oma kanava.
- Keskustapuolueen suhde kolmoskanavaan on ristiriitainen, koska se yhtäältä

lisäisi tv-tarjontaa rintamailla mutta toisaalta edistäisi TV2:n pysymistä puolueen käsissä.

- Kolmoskanava vähentäisi kotimaisten ohjelmien seurantaa, koska kokonaisuudessaan kotimaisen ohjelmiston osuus laskisi.
- Kolmoskanavan mainostulolaskelmat ovat perusteiltaan virheelliset, ja mainosmarkkoja siirtyisi nykyisiltä kanavilta pois arvioitua enemmän.
- Maksu-tv:n tuotot on arvioitu väärin, koska kolmen tunnin maksullinen ohjelma-aika ei houkuttele kalliin laitteen hankintaan eikä maksamaan kuukausimaksuja.
- Kolmoskanavan rakentamiskustannuksiin ei ole laskettu reunainvestointeja eikä kaapeliverkoille maksettavia korvauksia.
- Kolmoskanava on vaarassa tyrehdyttää käynnistyneen paikallisradiotoiminnan.[265]

Vaikka Sanoma Osakeyhtiön johto oli epäilemättä omalla asiallaan, Anderzénin analyysi Kolmoskanavasta oli voittopuolisesti pätevä. MTV havitteli itselleen omaa kanavaa. Kolmoskanava oli keskustapuolueelle vaikea paikka. Kotimaisen ohjelmiston osuus television kokonaistarjonnasta tulisi uuden kanavan myötä vähenemään. Uuden kanavan mainostulot oli laskettu yläkanttiin, eikä maksu-tv-toiminnasta lopulta tullut mitään osittain juuri siitä syystä kuin Anderzén ennakoi. Oliko kirjelmällä vaikutusta Sorsan näkemyksiin, on arvoitus. Se kuitenkin tiedetään, että pääministerin vastenmielisyys hanketta kohtaan säilyi päätöksentekoon asti. Samoihin aikoihin antamassaan haastattelussa Taxell puhui MTV:n yrityksestä päästä kolmannen verkon kautta kiinni omaan kanavaan ja käytti melkein samaa ilmaisua kuin Anderzén muistiossaan. Taxell sanoi: ”MTV:n on helpompi saada kanava omaan käyttöönsä ja oma toimilupa, jos kanavia on kolme.” Anderzén taas kirjoitti: ”Kahdesta kanavasta on poliittisesti vaikea saada MTV:n käyttöön yhtä kanavaa.”[266] Myös Taxellin vastahanka jatkui loppuun asti.

Toisaalta oman muistionsa Sorsalle oli toimittanut myös Kolmoskanava-projektin vetäjä Jaakko Paavela. Tässä ns. Sorsan muistiossa hän esitti, kuinka välttämätön uusi kanava oli yleisradiotoiminnan taloudellisten voimavarojen takaamiseksi ja kuinka Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteisellä hankkeella olisi parhaat mahdollisuudet toteuttaa kolmas verkko nopeimmin ja taloudellisimmin. Jos toimilupa myönnettäisiin lehtiyhtiöiden hankkeelle, se ajaisi kansallisen yleisradiotoiminnan entistä suurempiin vaikeuksiin.[267]

Kyse oli siitä, kumpaa osapuolta Sorsa uskoisi – jos kumpaakaan.

MAKSU-TV EPÄILYTTÄÄ

Kun toimilupapäätös viimein huhtikuun alussa eteni koko valtioneuvoston käsittelyyn, tielle ilmaantui uusia mutkia: oikeuskansleri Kai Korte ja valtiovarainministeri Esko Ollila (kesk) katsoivat, että kanavakysymys täytyisi käsitellä hallituksen raha-asiainvaliokunnassa. Korte halusi myös selvittää, pitäisikö Kolmostelevisiolle myöntää oma toimilupa vai voitaisiinko asia hoitaa vain Yleisradion toimilupaa täydentämällä.[268] Jälkimmäinen kysymys ratkesi nopeasti: kumpi tahansa oli lain puitteissa mahdollista. Raha-asiainvaliokunta sen sijaan vetkutteli ratkaisuaan viiden viikon ajan.

Luttinen pääsi esittelemään hanketta rahakunnalle vasta 23. huhtikuuta, koska halusi keskeisten ministerien olevan käsittelyssä paikalla. Kaj-Peter Mattssonin laatimassa esittelymuistiossa kerrattiin jälleen kerran liikenneministeriön selvitystyön tulokset ja toistettiin ne perusteet, joiden vuoksi ministeriö puolsi Kolmostelevision hakemusta Kanava Kolmen hakemuksen sijasta. Kanavalle asetettaviin ehtoihin sen sijaan ilmaantui tarkennuksia. Alkuvaiheen 20 prosentin kotimaisuusaste säilyi, mutta nyt liikenneministeriö ei enää vaatinut, että kotimaisten ohjelmien osuuden tulisi myöhemmin nousta jopa 40 prosenttiin, vaan ainoastaan 25–30 prosenttiin.[269]

Kyseessä oli merkittävä lievennys, joka kertoi siitä, että ministeriössä oli oivallettu kotimaisen ohjelmatuotannon olevan kallista ja että kanavasta piti saada kannattava. Samalla ministeriö teki melkoisen kulttuuripoliittisen myönnytyksen, sillä kanavan alkuperäiset perustelut olivat korostaneet niin voimakkaasti kotimaisen ohjelmatuotannon edistämistä. Kotimaisuusastetta koskevat määräykset olivat ajankohtaisia samaan aikaan eduskunnan käsittelyssä olleen kaapeli-tv-lain johdosta. Hallituksen alkuperäinen lakiesitys ehdotti, että kansallisen kulttuuri edistämiseksi ”riittävän osan ohjelmista” tulisi kaapelikanavillakin olla suomalaista alkuperää, mutta eduskunnan liikennevaliokunta täsmensi sittemmin rajat 15–50 prosenttiin, riippuen operaattorin toiminnan laajuudesta.[270]

Kotimaisuusasteeseen kolmoskanavahanke ei rahakunnassa kuitenkaan juuttunut, vaan tulokertymään. Taloudellisia kysymyksiä arvioivassa muistiossaan liikenneministeriökin myönsi, että kanavan tulot kehittyisivät ”arvioitua hitaammin”. Suurimmaksi epävarmuustekijäksi ministeriö näki maksu-tv-toiminnan, joka pahimmassa tapauksessa saattaisi ”kokonaan epäonnistua”. Johtopäätös oli kuitenkin, että jos kanava saa riittävän yleisön, mainostulot voisivat taata hankkeen kannattavuuden.[271]

Valtiovarainministeriön budjettiosaston laskukoneet olivat eri mieltä: riskit olivat suuremmat kuin haluttiin myöntää. Sen virkamiesten mielestä Kolmoskanavan menojensa katteeksi arvioima 40 miljoonan markan laina ei riittäisi ja maksu-tv:n

tuotot tuskin nousisivat edes puoleen yhtiön arvioimasta. Valtiovarainministeriö kiinnitti myös huomiota siihen sijoitusriskiin, joka piili 50 miljoonaa markkaa maksavan uuden lähetysverkon rakentamisessa. Vaikka yhtiö tuottaisi tappiota, lupamaksuvaroja ei voitaisi siirtää hankkeen tueksi Yleisradion omia toimintaedellytyksiä heikentämättä.[272]

Kun kanavan tarkoituksenmukaisen toiminnan laskettiin edellyttävän noin 120 miljoonan markan vuosittaisia tuottoja ja kun maksu-tv olisi jättämässä 40–50 miljoonan vajauksen tulokertymään, valtiovarainministeriöllä olikin perusteita vastalauseisiinsa. Luttista viivästyminen harmitti. MTV:n Jaakko Paavela ja Yleisradion Martti Partanen marssivat vakuuttamaan valtiovarainministeriön virkamiehille, että mainostuloarviot olivat realistisia ja että oli hyvät syyt uskoa myös maksu-tv:n kiinnostavan kaapeliverkkojen ulkopuolella olevia katsojia. He todistivat myös, ettei investointi lähetysasemiin missään tapauksessa menisi hukkaan eikä osakepääoman korotuksia tarvittaisi. Kriittisyydestään huolimatta valtiovarainministeriö lupasi, ettei ryhtyisi hankkeen kaatajaksi.[273]

Luttinen saattoi antaa helpottuneen lausunnon, jonka mukaan ministerien kesken ei ollut enää erimielisyyttä kannattavuuslaskelmista sinänsä, vaan korkeintaan siitä, millaisia johtopäätöksiä laskelmista tuli tehdä.[274]

VÄYRYSEN TULEVAISUUDEN MALLI

Siinä vaiheessa oman lusikkansa keittoon lisäsi ulkoministeri Paavo Väyrynen. Hänestä tuli Sorsan ja Taxellin muodostaman jarrutusrintaman kolmas jäsen. Väyrynen toi omat epäilynsä esiin puolueensa työvaliokunnassa. Epäröijien joukkoon olivat nyt siis liittyneet kolmen keskeisen hallituspuolueen puheenjohtajat, joista yksi oli pääministeri. Neljännen hallituspuolueen SMP:n puheenjohtaja Pekka Vennamo pysyi kolmoskanavalle myönteisenä koko ajan.

Keskustan suhde kolmoskanavaan oli koko ajan ollut vaikea ja häilyvä, ihan kuten Sanoma Osakeyhtiön varatoimitusjohtaja Matti Anderzén oli kuvannut.[275] Puolue pelkäsi uuden kanavan palvelevan vain kaupunkilaisia. Toisaalta sen nähtiin tuovan kaapeliverkkojen ulkopuolelle sellaisia televisiopalveluita, joita monet kaipasivat. Puolueen kannanotoissa näkyi myös ristiriitainen suhde Yleisradioon, jonka ei koettu kylliksi palvelevan keskustan ja sen kannattajien etuja. Toisaalta yhtiön hallintoneuvosto oli keskustalaisen Reino Karpolan ja TV2 Tapio Siikalan johdossa. Siikala kävikin levittämässä kolmoskanavan hyvää sanomaa huhtikuun lopussa Turussa järjestetyssä puoluevaltuuskunnan kokouksessa. Esitelmässään Siikala kertasi televisiotoiminnan uudenlaisesta kilpailusta seuraavat uhkakuvat. Viesti keskustalaisille oli, ettei Yleisradio sinänsä tahtonut estää kilpailua, vaan ”vahvistaa

oman televisiomme kilpailukykyä ja omaa televisiokulttuuriamme", mitä tavoitetta "avoimesti kotimarkkinoilla toistensa kanssa kilpailevien tv-järjestelmien rakentaminen näin pieneen maahan" ei palvelisi.[276]

Puolueensa vahvana viestintäpoliittisena vaikuttajana Siikala tunsi hyvin keskustan mielialat. Puolueen työvaliokunta oli käsitellyt kolmoskanavaa kaksi viikkoa aiemmin Kyösti Lallukan arveltua, että olisi harkitsematonta myöntää toimilupa Yleisradiolle ja MTV:lle. Hankkeen vastustajiksi tai vähintään epäilijöiksi ilmoittautuivat silloin *Ilkan* päätoimittaja Kari Hokkanen, keskustanuorten silloinen puheenjohtaja Timo Toropainen ja kansanedustaja Hannele Pokka. Ainoaksi puolustajaksi nousi puolustusministeri Veikko Pihlajamäki, joka piti Kolmoskanavan hyvänä puolena sitä, että toisin kuin satelliittikanavat se ainakin olisi eduskunnan kontrollissa ja loisi mahdollisuuksia alueelliselle televisiotoiminnalle. Vaikka puheenjohtaja Väyrynen piti kanavaa sinänsä tarpeellisena, hän tuli liittyneeksi epäilijöiden joukkoon, koska hänestä esitetty toimintamalli oli väärä. Hän ehdottikin yhtiön omistajapohjan laajentamista.[277]

Seuraavan kerran keskustan työvaliokunta palasi kolmoskanavaan toukokuun puolivälissä. Väyrynen myönsi, että Yleisradion ja MTV:n talous pitäisi saada turvatuiksi ja yleensäkin edistää kotimaista ohjelmatuotantoa, mutta asian pohtimiseksi tarvittaisiin jatkoaikaa. "Myös sellainen vaihtoehto tulee tutkia, jossa lehdet olisivat mukana." Jos hallitus hyväksyy toimiluvan SDP:n ja SMP:n ministerien äänin liikenneministeriön esittämässä muodossa, puheenjohtaja lupasi jättää eriävän mielipiteensä. Vaikka Väyrynen olisi ollut valmis antamaan omalle ministeriryhmälleen vapaat kädet äänestyksessä, puolueen työvaliokunta oli toista mieltä: puoluesihteeri Seppo Kääriäisen ehdotuksesta se päätti, että "ministeriryhmän tulee äänestää nykyistä Luttisen esittämää mallia vastaan ja vaatia koko hankkeen palauttamista Yleisradioon uudelleen harkittavaksi".[278]

Keskustan kärkkäyteen asiassa oli vaikuttanut se, että Jyväskylässä ilmestyvä *Keskisuomalainen* oli arvostellut ankarasti puolueen pää-äänenkannattajaa *Suomenmaata* sen otettua myönteisen kannan Yleisradion, MTV:n ja Nokian kolmoskanavahankkeeseen. *Keskisuomalainen*, yksi kilpailevan Kanava Kolmen perustajista, syytti keskustapuoluetta "viestinnän sosialisoinnin hingusta" ja halusta iskeä maakuntalehtien ilmoitusmarkkinoille. Lehti neuvoikin päättäjiä myöntämään toimilupa sanomalehtien omistamalle yhtiölle. Lisäksi *Keskisuomalainen* muistutti Reporadion ajasta, jolloin Yleisradio "valjastui palvelemaan vallankumouksen tekemistä". Väyrynen antoi välittömästi lehdelle haastattelun, jossa hän oudoksui Nokian roolia Kolmostelevisiossa ja vaati kanavaratkaisuun uutta harkintaa.[279] Väyrynen alkoikin nyt visioida televisiotoiminnan järjestelyvaihtoehtoja.

Syksyllä 1985 julkisuudessa oli puhuttu "Salolaisen mallista", jonka mukaan Yleisradion tulisi antaa kolmas kanava lehtien käyttöön, kun taas MTV ja Nokia voi-

sivat yhdessä ryhtyä tavoittelemaan käyttöönsä neljättä televisiokanavaa. Keväällä ehdotus oli tiivistynyt kolmekanavaiseksi "Tiurin ja Salolaisen malliksi", jossa yksi kanavista menisi Yleisradiolle, toinen MTV:lle ja kolmas alueellisille tv-yhtiöille.[280] Nyt viestintäpoliittista mielikuvitusta koeteltiin "Väyrysen mallilla". Sen suuntaviivat hän hahmotteli kolumnissaan, joka julkaistiin useissa keskustan lehdissä.

Kirjoituksessaan Väyrynen totesi pitävänsä kanavan rakentamista kulttuuripoliittisesti perusteltuna. Televisio- ja videoalan markkinat olivat suuntautumassa "ulkomaisten ja usein heikkolaatuisten ohjelmien levittämiseen", mikä uhkasi Yleisradion ja MTV:n rahoituspohjaa. Ehdotettua kolmoskanavamallia hän kuitenkin piti sekavana. Vaihtoehdoksi hän ehdotti mallia, joka oli pääpiirteissään seuraava:

1. Yleisradio rakentaisi ja vuokraisi kolmannen kanavansa MTV:lle, jonka ohella vuokramiehenä voisi olla myös lehtien perustama yhtiö.
2. MTV:n ohjelmat poistettaisiin TV1:stä ja TV2:sta.
3. Yleisradio voisi toteuttaa maksu-tv:n joko yksinään tai yhteistyössä Nokian kanssa, mikäli se osoittautuu kannattavaksi.[281]

Itse asiassa Väyrynen tuli ehdottaneeksi yleisradiotoiminnan järjestelyksi mallia, josta Yleisradion ja MTV sittemmin sopivat vuonna 1989 ja joka toteutui vuoden 1993 kanavauudistuksessa, "tilusjärjestelyä", jossa MTV:n ohjelmat olisivat omalla kanavallaan. Väyrystä voisi tämän perusteella pitää ns. suuren kanavauudistuksen isänä,[282] mutta vuoden 1989 kanavajakoratkaisua tehtäessä kukaan tuskin muisteli hänen malliaan.

Myös toisen sittemmin vilkkaan keskustelun Väyrysen linjaus avasi: kysymyksen MTV:n omistuksesta. Ajatus siitä, että MTV ja lehtien tv-yhtiö jollain tavoin jakaisivat keskenään kolmannen kanavan, johti helposti myös ajatukseen MTV:n omistajakunnan laajentamisesta. *Keskisuomalainen* ehdottikin, että MTV:n osakepääomaa korotettaisiin lehdille suunnatulla osakeannilla.[283] Ilmaan heitetty ajatus sai tuulta alleen, kun lehdistö Sanoma Osakeyhtiön johdolla alkoi muutamaa vuotta myöhemmin haalia MTV:n osakkeita ja yritti vihamielisesti vallata yhtiön.[284]

Vielä kolmannenkin kerran kolmoskanava ehti keskustan työvaliokunnan esityslistalle. Puolueelle oli toimitettu keskustalaisten lehtitalojen vaatimus hankkeen lykkäämiseksi. Valtiovarainministeri Esko Ollila joutui kuitenkin kertomaan puoluetovereilleen huonot uutiset: liikenneministeriön esitys oli menossa läpi, sillä pääministeri oli ilmoittanut olevansa Luttisen esityksen kannalla, kuten oli myös SMP. "Me häviämme tämän homman", Ollila sanoi. Hänen mukaansa ei ollut enää realistista haaveilla Väyrysen mallin ehdottamasta kompromissista, mutta jos keskustapuolue häviäisi äänestyksen, "lausuma päätökseen on välttämätön".[285]

Vaikka Väyrysen malli vedettiin nopeasti agendalta, se ehti kuumentaa Luttisen kiirastulta. Liikenneministerin mielestä asia ei paranisi keksimällä uusia omistajarakenteita. Luttinen tuskaili: ”Ei ole mahdollista tehdä toimilupa-anomukseen esimerkiksi sellaista muutosta, että Nokia tiputettaisiin luvanhakijoista pois. Emme me voi muuttaa Yleisradion toimilupa-anomuksia miksikään. Lupa joko myönnetään tai evätään.”[286] Ulospääsyä pattitilanteesta haettiin hallituksen kahden vahvan miehen, Sorsan ja Väyrysen, keskinäisistä neuvotteluista. Niiden tuloksena asetettiin kolmimiehinen työryhmä pohtimaan vielä kerran, voitaisiinko kolmoskanava toteuttaa jollain uudella omistajapohjalla. Luttinen joutui vasten tahtoaan työryhmän vetäjäksi. Muut jäsenet olivat Yleisradion johtajat Arne Wessberg ja Tapio Siikala.

Hallitusneuvos Kai Törnblom laati Luttiselle muistion, jonka mukaan Väyrysen mallissa oli lukuisia hyviä puolia niin viestintäpoliittisesti kuin taloudellisestikin, mutta se ei ollut toteutettavissa ennen kuin vasta ”muutaman vuoden kuluttua”. Siitä huolimatta Törnblom esitti hankkeen palauttamista Yleisradioon uudelleen valmisteltavaksi. Wessberg ja Siikala eivät siihen suostuneet, vaan toimittivat Luttiselle kirjelmän, jonka oli allekirjoittanut Yleisradion, MTV:n ja Nokian koko ylin johto yksituumaisesti. Siinä he ilmoittivat, että ehdotetut vaihtoehdot olivat esillä jo perustamisvaiheessa ja että ”mikään ulkoministeri Väyrysen ehdottamista vaihtoehdoista ei muodosta taloudellisesti ja toiminnallisesti kannattavaa lähtökohtaa kolmoskanavan perustamiselle”. Kirjelmän mukaan MTV:n ohjelmien sijoittaminen yksinomaan kolmoskanavalle ei riittäisi sen taloudellisten sitoumusten hoitamiseen. Jos kanava taas annettaisiin lehdistölle, MTV:n ja Yleisradion tulot pienenisivät ratkaisevasti.[287]

Luttinen uskoi vakuutteluja ja viestitti ne seuraavana päivänä myös puolueensa puoluetoimikunnalle. ”Väyrysen malli” pudottaisi MTV:n mainostulot puoleen ja johtaisi lupamaksujen tuntuvaan korotukseen. Kolmoskanavan merkitys puolestaan olisi juuri siinä, että ”se hankkisi mainoksia alueellisesti ja paikallisestikin eli kilpailisi näiden kaapelitelevisioyhtiöiden kanssa, joissa ovat lähes kaikki ykköslehdet mukana”.[288] Väyrysen mallin ilmeinen heikkous olikin, ettei se ollut heti toteutettavissa. Yleisradion rahoittajayhtiötä MTV:tä ei mitenkään voitu siirtää kanavalle, joka kasvaisi valtakunnalliseksi vasta vuosien päästä. Se olisi romahduttanut paitsi MTV:n myös Yleisradion talouden. Kanavauudistus – jos sellainen joskus tulisi – edellytti siirtymäaikaa. Selvää oli myös se, ettei liikenneministeriö voinut omin käsin ryhtyä peukaloimaan yhtiöiden toimilupahakemuksia. Tulevaisuuden malliksi Väyrysen hahmotelma kuitenkin kelpasi, aivan kuten Törnblom oli muistiossaan uumoillut.

VIIMEINEN ÄÄNESTYS

Vaikka selvitykset oli nyt selvitetty, Luttinen ei vieläkään ollut varma hankkeen läpimenosta: ”Kaiken tämän jälkeen en usko enää mihinkään.” Viides yritys rahakunnassa keskiviikkona 28. toukokuuta kuitenkin tuotti tuloksen, ehkä osin siksi, ettei Väyrynen ollut kokouksessa läsnä, ja asia voitiin tuoda seuraavana päivänä toisen kerran koko hallituksen päätettäväksi.[289]

Koska keskustapuolue oli luvannut vastustaa hanketta, maa- ja metsätalousministeri Toivo Yläjärvi pyysi asiakirjat vielä kerran haltuunsa, mutta se jäi viimeiseksi kiusanteoksi. Viikkoa myöhemmin, torstaina 5. kesäkuuta 1986, hallitus äänesti kolmoskanavan kohtalosta ensimmäisen ja viimeisen kerran. Vastakkain olivat liikenneministeri Luttisen toimilupaesitys ja ulkoministeri Väyrysen esitys, jonka mukaan asia tulisi palauttaa Yleisradion uudelleen harkittavaksi. Luttisen esitys voitti täpärästi äänin 8–6. Sen takana olivat odotusten mukaisesti SDP:n kuusi ja SMP:n kaksi ministeriä, Väyrysen vastaesityksen takana taas keskustan neljä ja RKP:n kaksi ministeriä. Toimilupa oli voimassa vuoden 1989 loppuun, ja päätöksessä valtioneuvosto edellytti, ettei Oy Kolmostelevisio Ab:n toiminnan rahoittamiseen saisi käyttää lupamaksutuloja eikä Yleisradiolle myönnettyjä valtion avustuksia. Lisäksi vaadittiin

- että Yleisradion ja Kolmostelevision perussopimuksessa tulisi sopia parhaan katseluajan ohjelmisto vapaasti vastaanotettavaksi;
- että aluksi 20 prosenttia ohjelmistosta olisi oltava kotimaista;
- että merkittävä osa kotimaisesta ohjelmistosta tulisi hankkia ulkopuolilta tuottajilta;
- että riittävä osa ohjelmistosta oli oltava ruotsinkielisen väestön ymmärrettävissä.[290]

Määräyksistä jäi kuitenkin pois eräitä tavoitteita, jotka liikenneministeriö oli liittänyt toimilupaesitykseensä. Sellainen oli esimerkiksi vaatimus, jonka mukaan kolmannen televisiokanavan ohjelmiston olisi ”täydennettävä televisiotoimintaa tarjoamalla monipuolista ja laadukasta ohjelmaa”. Samoin pois oli pudonnut vaatimus, että Kolmostelevision tulisi käyttää Yleisradion alueellista ohjelmantuotantokapasiteettia.[291] Näin toimiluvan kulttuuripoliittisia ehtoja oli selvästi lievennetty, mutta samalla viestintäpoliittiseen säätelyarsenaaliin oli hyväksytty aivan uusia keinoja, kuten ohjelmiston kotimaisuusastetta ja itsenäisten tuottajien käyttöä koskevat vaatimukset.

Äänestystuloksen erikoisin piirre olivat kuitenkin päätökseen liitetyt lausumat ja eriävät mielipiteet. Kolmostelevision toimilupaa vastustaneiden Väyrysen

ja Taxellin lausumat olivat odotettuja. Väyrysen mukaan uuden kanavan toteuttaminen nyt päätetyllä tavalla ei ollut ”taloudellisesti paras vaihtoehto” eikä kanavaa perustettaessa ollut kiinnitetty riittävästi huomiota ”päätöksen vaikutuksiin muiden viestintävälineiden, kuten moniarvoisen lehdistön, kilpailuasemaan eikä ohjelmatarjonnan alueelliseen tasa-arvoon”. Väyrynen edellytti myös, että kun Kolmostelevisiota koskeva toimilupa kolmen vuoden päästä tulisi uuteen harkintaan, tulisi ”kanavan eri toteuttamisvaihtoehdot” selvittää perusteellisesti. Myös Taxell huomautti, että uuden kanavan vaikutukset muihin viestimiin oli jätetty liian vähälle arvioinnille. Hän epäili lisäksi kanavan kulttuuripoliittista vaikutusta: ”Ei ole myöskään riittävästi harkittu, pystyykö kansallinen kulttuurimme uuden kanavan avulla todella paremmin kilpailemaan lisääntyvien satelliittivaihtoehtojen kanssa.” Väyrysen lausuman allekirjoittivat myös oikeusministeri Taxell, maa- ja metsätalousministeri Yläjärvi, valtiovarainministeri Ollila, sosiaali- ja terveysministeri Eeva Kuuskoski-Vikatmaa ja opetusministeri Gustav Björkstrand. Taxellin lausumaan yhtyivät Ollila, Kuuskoski-Vikatmaa ja Björkstrand.[292]

Vähemmän odotettu oli pääministeri Sorsan kannanotto, jossa muistutettiin Yleisradion toimiluvan ohjelmiston asiallisuutta, arvokkuutta ja tasapuolisuutta koskevista vaatimuksista. Pääministeri ei uskonut Kolmostelevision palvelevan näitä tarkoituksia:

> En ole saamani informaation ja nyt tehtyä päätöstä edeltäneen keskustelun perusteella tullut vakuuttuneeksi siitä, että Kolmostelevisio lisäisi mahdollisuuksia toimiluvassa asetettujen tärkeiden päämäärien ja ehtojen saavuttamiseen. Hanke on kuitenkin saanut tukea siinä määrin, että en halua olla estämässä sen toteuttamista. Kuitenkin korostan, että sellaisten katselijoiden, jotka eivät Kolmostelevisiota halua, ei pidä joutua sen kustannuksia kantamaan.

Sorsan lausuma oli syvästi henkilökohtainen ja ilmaisi paitsi hänen omaa Yleisradio-vastaisuuttaan myös vastenmielisyyttään uutta kaupallista televisiokanavaa kohtaan. Viikkoa aiemmin hän oli kertonut eduskuntaryhmälleen melkein samoin sanoin, ettei ollut ”tullut vakuutetuksi tuon hankkeen kulttuuripoliittisesta perusteltavuudesta”. Koska eduskuntaryhmä oli muuten kallistunut hankkeen taakse, hän ei halunnut asettua poikkiteloin – mutta ei myöskään halunnut olla ilmaisematta mielipidettään. Pääministeri äänesti puolesta mutta tunsi vastaan. Myös sisäministeri Kaisa Raatikainen (sd) jätti oman lausumansa, jossa hän huolehti, ettei mainonnan lisääntyminen televisiossa saisi johtaa siihen, että elintarvikkeiden hintaan kohdistuisi lisäpaineita.[293]

Oman lausuntonsa antoi julki myös liikenneministeri Luttinen. Siinä hän pahoitteli hankkeen viivästymistä ja ilmaisi tyytyväisyytensä siihen, että päätös vii-

mein saatiin aikaan. Hän korosti hankkeen tähtäävän ennen muuta Yleisradion talouden turvaamiseen. Liikenneministeri puolusti myös kulttuuripoliittisia tavoitteita:

> Kotimaisen ohjelman kokonaistarjonta lisääntyy ja ulkomaisen tarjonnan seuraamista on mahdollista suunnata Suomessa valikoituihin ohjelmiin. – – Myös sille on pantava painoa, että eri asioita harrastavat ihmiset saavat mahdollisuuden valita harrastukseensa liittyvää katsottavaa laajemmasta valikoimasta.[294]

Poliittinen peli Kolmostelevision ympärillä oli ohi. Yhtiön taloudellinen selviytymistaistelu saattoi alkaa. Pääministeri torjuma lupamaksun korotus hiersi yhä Sorsan ja Kiurun välejä, ja kun hallitus lopulta taipui korotukseen joulukuussa 1986, se tuli esitettyä pienempänä.[295] Yleisradion ja MTV:n välejä yhteisen kanavahankkeen ajaminen oli hetkellisesti lähentänyt, mutta pian Kolmostelevision toiminnan vaikeudet panivat ne uudelleen koetukselle. Vähitellen kävi myös ilmi, että niin valtiovarainministeriön kuin Sorsan, Väyrysen ja Taxellin epäilyt kolmoskanavan talouden suhteen olivat monin osin paikkansa pitäviä. Paikkansa pitäviksi osoittautuivat myös monet kulttuuripoliittisista peloista. Uusi kanava onnistui kyllä synnyttämään kotimaisen ohjelmatuotantosektorin, mutta mitään varsinaista kulttuurikanavaa suomalaiset eivät saaneet.

Myös pääkirjoitusten ja kolumnistien nyrpeys jatkui, sillä kolmoskanavan kummit eivät olleet onnistuneet vakuuttamaan kaikkia hankkeen kulttuuripoliittisesta siunauksellisuudesta saati taloudellisesta kannattavuudesta. ”Yleisradio yrittää hillitä kulttuurin pinnallistumista ja viihteellistymistä paisuttamalla viihteen ja hölynpölyn tarjontaa”, Eero Silvasti parjasi. Jörn Donnerin mielestä ”katsojille aiotaan tarjota viihdettä, joka luultavasti on tasoltaan heikompaa kuin entinen”. Heikki Hellman ihmetteli, miksi ”julkisen palvelun velvoitteistaan yhä hurskasteleva Yleisradio” on lähtenyt hankkeeseen, jonka ”design on matkittu kaupallisilta kanavilta”. Pääkirjoituksessaan *Helsingin Sanomat* viestitti, ettei kolmoskanava ollut sopusoinnussa yleisradiotoiminnalle asetettujen päämäärien kanssa ja lisäsi ”katsojien eriarvoisuutta”. *Uuden Suomen* pääkirjoituksessa kannettiin huolta ”viihteen tarjonnan ja kysynnän lisääntymisestä”.[296]

Kolmoskanava oli yritetty merkityksellistää ennen muuta kulttuuripoliittisena hankkeena, joka paitsi torjuisi satelliitti- ja kaapelikanavien sekä videoiden kautta tulevaa ulkomaisen viihteen tulvaa myös edistäisi kotimaista ohjelmatuotantoa ja uudistaisi sen rakenteita. Käsitys kanavasta jäi kuitenkin vahvasti jakautuneeksi. Kanavan vastustajat eivät tunnustaneet sen kulttuuripoliittista merkitystä, vaan päinvastoin katsoivat sen lisäävän ”viihteen ja hölynpölyn tarjontaa”. Monet näkivät hankkeen kulttuuripoliittisen kuorrutuksen taustalla itsekkäitä taloudellisia tarkoi-

tusperiä, missä he olivatkin oikeassa. Perustamisen laajakantoisemmasta syystä eli "kilpailun leikkaamisesta" puhuttiin huomattavasti vähemmän, kuten Marja Sjöberg huomautti. Kaikki vastustajat eivät uskoneet siihenkään, että kanavasta voisi muodostua odotettu rahasampo.[297]

"JÄRJESTELMÄN VASTAISKU"

Suomalaista yleisradiopolitiikkaa on aiemmissa luvuissa kuvattu (1) rakennepolitiikan, (2) taloudellisen pragmatismin, (3) poliittisten kompromissien ja (4) kulttuurisen protektionismin yhdistelmäksi. Nämä strategiat näyttelivät tärkeää osaa myös Kolmostelevision toimilupapäätöksessä.

Ennen muuta ratkaisu korosti *rakennepoliittisen* näkökulman ensisijaisuutta tilanteessa, jossa jo etsittiin uusia rakenteellisia ratkaisuja.[298] Yleisradion historiassaan Raimo Salokangas pitää Kolmostelevision perustamisen pääsaavutuksena sitä, että Yleisradio-vetoinen yhtenäisjärjestelmä toistaiseksi säilyi suomalaisen televisiotoiminnan ytimenä.[299] Samasta syystä Kolmostelevisiota kiittää kaupallisuuteen muuten varauksellisesti suhtautunut pääjohtaja Sakari Kiuru muistelmissaan.[300] Yleisradion haltuun jäi edelleen sen tärkein monopolivaranto, lähetysverkko, vaikka Kanava Kolmen edustajat yrittivät herätellä keskustelua verkon siirtämisestä posti- ja telelaitoksen käsiin. Yleisradion yksinomaisuudeksi jäi myös toimilupa, sillä Kolmostelevision toiminta mahdollistettiin lisäämällä Yleisradion toimilupaan uusi jakso, luku 9a, jossa määriteltiin Kolmostelevisiota koskevat erityisvelvoitteet.

Rakennepolitiikkaa oli sekin, kuinka Kolmostelevision avulla torjuttiin lehdistön pääsy televisiomarkkinoille sekä pyrittiin hidastamaan satelliitti- ja kaapelitelevision leviämistä. Kuten Salokangas huomauttaa, kaupallisella kanavallaan Yleisradio ja MTV "vaikeuttivat italialaismallista kehitystä, että suuret kaapeliverkot olisivat ketjuuntuneet ja luoneet kilpailevat mainosmarkkinat".[301] Meillä ketjuuntuminen pääsi alkuun kuitenkin jo 1990, jolloin Helsingin, Tampereen ja Turun kaapeli-tv-operaattorit perustivat Suomen Paikallis-TV Kanavat Oy:n (PTV), joka vähitellen, Sanoma Osakeyhtiön huomassa, kasvoi puolivaltakunnalliseksi ja muodosti Nelosen alkusolun.[302]

Toisaalta Kolmostelevision perustamisessa kyse ei enää ollut vanhakantaisen ahtaasta monopolipyrkimyksestä. Vaikka Kolmostelevisio muodollisesti vahvistikin Yleisradion monopolia, se oli samalla ensimmäisen askel television liberalisoinnin tiellä, koska samalla luotiin uudenlaisia yhtiö- ja tuotantorakenteita, edistettiin uudenlaisia toimintatapoja sekä raotettiin ovea MTV:n itsenäistymiselle.

Kolmostelevisio oli Yleisradion ja MTV:n mitä *pragmaattisin* hanke taloudellisten ongelmiensa ratkaisemiseksi. Määritelmän mukaisesti pragmatismissa on useimmiten kyse tilannekohtaisista ratkaisuista kulloinkin ilmenneisiin ongelmiin, yleisradiojärjestelmän sopeutumisesta käytännön eteen nostamiin pulmiin. Pragmatismi on ajanut päätöksentekijöitä etsimään ratkaisuja, jotka samanaikaisesti turvaavat paitsi rahoituksen myös sen, että tehty ratkaisu on taloudellisesti hyväksyttävä eri osapuolten näkökulmasta. Kolmostelevisio oli ensisijaisesti yritys luoda lisää mainospaikkoja parhaana katseluaikana ilman, että Yleisradio joutuisi luopumaan hyvistä ohjelmaajoistaan MTV:n hyväksi. Samalla televisiomainontaa keksittiin laajentaa alueellisille markkinoille, mikä moninkertaisti mahdollisten mainostajien määrän, mutta toisaalta lietsoi reviiririitoja alueellisen lehdistön kanssa. Mainonnan ja ohjelmatarjonnan laajentamisella Yleisradio ja MTV toivoivat voivansa turvata riittävät tulot kasvavien menojensa kattamiseksi. Vaikka Kolmostelevisio-hanke muutti Yleisradion asennetta mainontaan ratkaisevasti myönteisemmäksi, se edusti yhdessä mielessä perinteistä monopolisoivaa ajattelutapaa, jonka mukaan kilpailu pienillä markkinoilla vain hukkaisi vähäisiä resursseja. Kolmostelevisiolla Yleisradio ja MTV halusivat turvata nimenomaan *oman* rahoituspohjansa estämällä uusien toimijoiden alalle pääsyn.

Kolmostelevisio oli myös paraatiesimerkki *poliittisista kompromisseista*. Yleisradio, MTV ja Nokia muodostivat jo sellaisenaan konsortion, jota oli poliittisesti vaikea vastustaa. Yhtiöt myös pohjustivat hankkeen hyvin hakemalla ymmärrystä kaikilta mahdollisilta tahoilta oikealta vasemmalle. Kun kolmen keskeisen hallituspuolueen puheenjohtajat vastustivat kanavaa, olisi voinut luulla hankkeen kaatuvan. Niin ei kuitenkaan käynyt, vaan myös vastaan äänestäneet antoivat kanavan toteutua, ja myös osa puolesta äänestäneistä sai keventää omaatuntoaan jättämällä pöytäkirjaan kriittisen lausuman. Hanke ikään kuin sovittiin SDP:n ja SMP:n äänin hyväksyttäväksi. Se mistä viime kädessä vallitsi laaja yhteisymmärrys, oli Yleisradio-johtoiselle ”yhtenäisjärjestelmälle” myönnetty jatkoaika.

Toisaalta vaikka kaikissa puolueissa oli Kolmostelevision vastustajia, oli niissä myös tukijoita. Erityisen ristiriitaiseksi jäi keskustapuolueen rooli, sillä vaikka valtioneuvostossa sen ministerit äänestivät toimilupaa vastaan, monet puolueen kansanedustajat olivat toimilupahakemuksen takana. Kovin johdonmukaisia eivät olleet myöskään sosiaalidemokraatit, joiden ministeriryhmä oli eduskuntaryhmää skeptisempi.

Valmistelun myötä toimilupaehtoihin saatiin lisättyä eri puolueiden vaatimia ehtoja, jotka koskivat esimerkiksi kanavan laajentumisvauhtia, kotimaisuusastetta ja vähemmistökielisten oikeuksia. Tämä kertoo keskinäisestä kamppailusta, etujen jakamisesta ja kompromisseista, jotka ovat ominaisia suomalaisessa konsensusdemokratiassa korostuvalle ”yhteisen tahdon” ja ”yhteiskunnallisen kumppanuuden” ideologialle.

Taulukko 6 **Yleisradiopolitiikan perinne ja Kolmostelevision viestintäpoliittiset tavoitteet**

Tavoitetasot	Rakennepolitiikan korostus	Taloudellinen pragmatismi	Poliittiset kompromissit	Kulttuurinen protektionismi
Julkiset päätavoitteet	Satelliitti- ja kaapelitelevision leviämisen hidastaminen	Yleisradion ja MTV:n mainostulojen turvaaminen	Kanavan leviäminen valtakunnalliseksi mahdollisimman nopeasti	Kotimaisen ohjelmatuotantorakenteen monipuolistaminen
Ei-julkiset päätavoitteet	Yleisradion ja MTV:n monopolien turvaaminen; lehdistön alallepääsyn estäminen	Mainoskilpailun estäminen	Yhteisymmärrys yhtenäisjärjestelmän jatkamisesta	Kotimaisten yleisradioyhtiöiden suojelu
Käytännölliset tavoitteet	Yleisradion ja MTV:n yhtenäis-järjestelmän jatkaminen	Alueellisille mainosmarkkinoille tunkeutuminen	Ohjelmatarjonnan laajentaminen ja säätely	Kotimaisen ohjelmatuotannon lisääminen

Lopuksi Kolmostelevisio-ratkaisusta on luettavissa uudenlaisen *kulttuurisen protektionismin* merkkejä. Edellä on määritelty protektionismin viittaavan holhoavaan pyrkimykseen varjella viestintäpoliittisin keinoin yleisöä ei-toivotuilta vaikutteilta. 1980-luvun puolivälissä siihen ei kuitenkaan pyritty enää rajoitusten ja kieltojen keinoin, vaan varustautumalla kamppailuun ulkomaisia kilpailijoita vastaan. Yleisradiotoiminnan laajentumisen hyödyt haluttiin ottaa omiin käsiin edistämällä kotimaista ohjelmatuotantoa ja korostamalla kotimaisen kulttuurin itseisarvoa. Voidaan kuitenkin kysyä, kuinka vilpitöntä kulttuurinen protektionismi Kolmostelevision tavoitteenasettelussa lopulta oli. Yllä on saatu esimerkkejä siitä, kuinka kulttuuripoliittisia perusteluita käytettiin lähinnä kuorrutuksena, oikeuttamaan Yleisradion ja MTV:n rakennepoliittisia ja taloudellisia tavoitteita.

Osa viestintäpoliittisista tavoitteista esitettiin julkisesti, osasta taas ei puhuttu yhtä avoimesti. Voidaankin puhua julkisista ja ei-julkisista päätavoitteista. Esimer-

kiksi satelliitti- ja kaapelitelevision leviämisen hidastaminen kelpasi rakennepoliittiseksi päätavoitteeksi, samoin Yleisradion ja MTV:n tulonmuodostuksen turvaaminen taloudelliseksi tavoitteeksi tai kotimaisten ohjelmatuotantoyhtiöiden synnyn edistäminen kulttuuripoliittiseksi päämääräksi, ja ne myös tuotiin esiin julkisessa keskustelussa. Sen sijaan sen enempää Yleisradio kuin MTV:kään eivät liiemmin korostaneet sitä, kuinka Kolmostelevision perustaminen tukisi niiden monopolipyrkimyksiä ja pyrkisi estämään lehdistön pääsyn yleisradiotoimintaan tai kuinka uuden kanavan perustamisella tähdättiin mainoskilpailun estämiseen. Lisäksi Kolmostelevisioon liittyi puhtaasti käytännöllisiä tavoitteita, kuten yleisradiotoiminnan yhtenäisjärjestelmän rauhoittaminen reviirikiistoilta, alueellisten mainosmarkkinoiden luominen ja ohjelmatarjonnan laajentaminen. (Taulukko 6.)

Uudelle kanavalle asetetut viestintäpoliittiset tavoitteet myötäilivät paljolti niitä vaikuttimia, joiden vuoksi Yleisradio, MTV ja Nokia alun perin lähtivät yhteistyöhön (ks. taulukko 3 s. 114). Toimiluvassa ilmenevä tavoitteenasettelu näki uustelevision samanaikaisesti sekä uhkana, joka ilman vastatoimia vaarantaisi Yleisradion ja MTV:n toimintaedellytykset, että mahdollisuutena, joka voitaisiin kääntää molempien yhtiöiden hyödyksi. Kolmoskanavalle myönnetty toimilupa täytti kunkin kolmen omistajayhtiön taktis-kilpailulliset tavoitteet tarjotessaan niille keinot vastata kilpailuhaasteeseen, turvata mainostulonsa ja päästä mukaan maksu-tv-laitteiden kehittelyyn. Viime kädessä valtioneuvoston päätös täytti myös yhtiöiden strategis-poliittiset tavoitteet: Yleisradio koki ratkaisun turvaavan jatkoajan yhtenäisjärjestelmälle, kun taas MTV ja Nokia saattoivat olla tyytyväisiä siihen, että Yleisradion ehdottomaan televisiomonopoliin oli tullut särö, joka voisi edistää toimialan liberalisointia ja MTV:n omaa kanavaa.

Kolmostelevisiota voidaan hyvin pitää suomalaisen viestintäpolitiikan ratkaisuja hakevan kauden tärkeimpänä aikaansaannoksena – paikallisradiotoiminnan käynnistämisen ohella. Uuden kanavan perustaminen oli suomalainen vastaus televisiotoiminnan kilpailun lisääntymiseen, mutta samalla se oli yritys pitää kehitys omissa käsissä. Sille annettiin selvä *ohjelmapoliittinen tehtävä* tarjota lisää parhaan katseluajan ohjelma-aikaa sekä lisätä ennen muuta yleisön kaipaaman viihteellisen, sarjamuotoisen ja urheiluohjelmiston tarjontaa. Samalla korostettiin kanavan *kulttuuripoliittista tehtävää* kehittää kotimaista ohjelmatuotantoa ja lisätä alueellista tasa-arvoa tarjoamalla kaapelitelevisionomaista ohjelmistoa myös harvaan asutuilla seuduilla.

Vaikka julkisessa keskustelussa kanavaa perusteltiin kansalaisille ja poliittisille päättäjillekin ohjelma- ja kulttuuripoliittisin argumentein, Kolmostelevision painavimmat perustamismotiivit liittyivät kuitenkin talouteen, valtaan ja instituutiorakenteisiin. Sen *viestintäpoliittinen tehtävä* oli torjua ulkomaisten satelliittikanavien ja kotimaisten kaapelikanavien uhkaa sekä luoda uudenlaisia ohjelmatuotannon

rakenteita Suomeen ja *taloudellinen tehtävä* taas turvata mainostulojen ja mahdollisesti myös muodostuvien maksu-tv-tulojen virta Yleisradion ja MTV:n käyttöön. Salokankaan luonnehdinta tuntuukin pätevältä: Kolmostelevisiossa oli kysymys "järjestelmän vastaiskusta", Yleisradio-vetoisen konsortion samanaikaisesta hyökkäyksestä usealla eri rintamalla.[303]


KOLMONEN
Tänään täydeltä laidalta.
Koko illan ilo.



III KOLMOSTELEVISION LUNASTUS (1986–1989)

”Kolmonen viihdyttää kun vakava väsyttää”, kanava lupasi 1.9.1987 ilmoituskampanjassaan Helsingin ja Tampereen sanomalehdissä. Kolmosen mannekiinina toimi Tänään, tässä ja nyt ohjelman Timo T. A. Mikkonen.

KAUPALLISEN TELEVISION AIRUT

Huhtikuun lopulla 1986, kun ministerit vielä kinastelivat Kolmostelevision toimiluvasta, Peter von Bagh luki yhdysvaltalaisen elokuvateollisuuden arvostettua ammattilehteä *Varietya*. Yhdestä sivunreunasta hänen silmiinsä osui pikku-uutinen. Suomeen perustettava kaupallinen televisiokanava ”TV-3” oli käynyt ostoksilla Hollywoodissa. Ostoskärryyn oli uutisen mukaan noukittu 20th Century Fox -yhtiön elokuvia, sekä uusia että vanhoja. Erikseen nimettiin yksi hankinnoista: musikaaliklassikko *Sound of Music*.[1]

Robert Wisen vuonna 1965 ohjaamaa teosta on sanottu maailman ensimmäiseksi blockbuster-elokuvaksi, eri yleisöryhmät yhdistäväksi jättiläismenestykseksi.[2] Peter von Baghia, Suomen johtavaa elokuva-asiantuntijaa, pikku-uutinen värisytti. Hänestä *Sound of Music* edusti Hollywoodin esteettistä rappiota. Bagh kirjoittikin piikikkään kolumnin vanhassa kotikaupungissaan Oulussa ilmestyvään *Kalevaan*. Hän pilkkasi siinä ”uuden uljaan Kolmoskanavan” epäasiantuntevia ”kolmosinsinöörejä” tukkukaupankäynnistä, joka oli sivuuttanut Foxin merkkiteokset. ”Aivan kuin [*Sound of Musicin*] esittämistä varten pitäisi perustaa kokonainen kanava – – . Tässä hengessä johdettu elokuvakanava ei totisesti herätä mitään myönteisiä odotuksia.”[3]

Kolmoskanavan käynnistysvaiheen elokuvahankinnoista vastasivat yhtiön hallituksen puheenjohtaja Arne Wessberg ja vt. toimitusjohtaja Jaakko Paavela. Jälkimmäisen mukaan kyse oli ”raaka-aineen hankinnasta”. Ensimmäisen matkansa suurimpien elokuvayhtiöiden edustajien puheille Wessberg ja Paavela tekivät jo marraskuussa 1985, mutta varsinainen hankintamatka ajoittui kevääseen. Paavelan mukaan he ostivat kerralla ”toista tuhatta leffaa”, mielessään myös maksutelevision

Kanavan värikkään tuotemerkin suunnitteli Matti Salmi helsinkiläisessä AC-Mainos Oy:ssä. Triangelikuvio tuli tutuksi Kolmostelevisio-yhtiön kaikissa esitteissä ja oli käytössä koko kanavan toiminnan ajan.

tarpeet. ”Siinä tuli varmaan ainakin kaksi–kolmesataa sellaista, joita ei koskaan voitu näyttää.” *Sound of Musicin* kanssa samassa Foxin elokuvapaketissa olivat myös *Butch ja Kid – auringonlaskun ratsastajat* (1969), *Kovaotteiset miehet* (1971) ja *Arvosanametsästys* (1973). Hinnaksi tuli 4 750 dollaria elokuvalta – jopa neljännes enemmän kuin suomalaiset tv-yhtiöt yleensä maksoivat amerikkalaisten elokuvien tv-oikeuksista. Yhteyshenkilönä toimi jälleen Gunnar Rügheimer, jota Wessberg ja Jussi Tunturi olivat vuotta aiemmin tavanneet Lontoossa kolmoskanavaa ideoidessaan. Rügheimer johti nyt The Home Video Channel -nimistä yritystä, jolla oli loistavat yhteydet Hollywoodin johtaviin studioihin.[4]

Hankintojen laatua voinee arvostella, mutta Kolmoskanavan joulukuussa 1986 käynnistyneen ohjelmatoiminnan kannalta matka oli merkittävä. Ensimmäisen yhdeksän kuukauden aikana kanava nimittäin esitti lähes pelkkiä elokuvia, yhden päivässä, ja von Baghin pilkkaamasta *Sound of Musicista* tuli kanavan avauselokuva – vaikka lännenelokuvia rakastava Paavela oli haaveillut *Butchia ja Kidiä* kanavan käynnistäjäksi.[5]

Vaikka Kolmostelevision ohjelmiston hankintaan sittemmin palkattiin ammattilaisia, se nopealiikkeinen tapa, jolla ensimmäiset elokuvahankinnat tehtiin, kertoo jotain Kolmostelevision olemuksesta. Kolmonen toi Suomeen turhasta tosikkomaisuudesta riisutun ohjelmiston. Aikalaiset muistavat Kolmostelevision myös alkuaikojen hilpeästä amatöörimäisyydestä, kehnosti dubatuista piirretyistä sarjoista ja pseudonyymeillä esiintyneistä kuuluttajista – Ripa Ruutu, Kaisa Kanava ja Elisa Eetteri.[6] Tutuksi tuli myös kanavan liikemerkki, kolmio, jonka muoto viittasi triangeliin. Kirjekuorissa, esitteissä ynnä muissa nähdyn värikkään kolmiologon

suunnitteli Matti Salmi helsinkiläisessä AC-Mainos Oy:ssä. Televisioruudun tunnusanimaatiossa pyörinyt kolmio taas oli oikea, kromatusta metallista tehty esine, kooltaan noin 30 senttiä kanttiinsa.[7]

Näin purevasti jo pelkkään tunnukseen suhtautuivat silloin vihaiset kriitikot:

> Kolmoskanavan tunnuksessa on jälkiä sekä Ylen yksinkertaisuudesta että MTV:n universaaleista sävyistä. Tummansinisen avaruuden keskellä pyörivä, ulos kuvasta lentävä ja sitten palaava krominhohtoinen kolmio ja sen kiertävät värilliset linjat antavat meidän ymmärtää – –, että Kolmonen on nykyaikaisen teknologian lahja Suomen kansalle. Mutta teknisyyttäkin vahvempi ja osuvampi on tunnuksessa halpuuden, köyhyyden leima. Kolmonen ei ilmeisesti ole satsannut tunnukseensa vahvemmin kuin ohjelmiinsakaan, ja on siten saanut sitä mitä on tilannutkin, halvan nakin kanavan tunnuksen.[8]

Kolmoskanavasta ei tullut monien kaipaamaa kulttuurikanavaa, Suomen Channel Fouria. Päinvastoin johtava tv-kriitikko Jukka Kajava pilkkasi sitä ”hömppätelevisioksi” ja ”kaatopaikaksi”.[9] Ennen muuta Kolmostelevisio oli Suomen ensimmäinen kaupallinen televisiokanava sitten Tesvision kesken jääneen ponnistuksen. Muita tv-yhtiöitä aiemmin Kolmonen pääsi rakentamaan kaupallisen ohjelmakaavion, joka perustui päivästä toiseen toistuviin vakio-ohjelmiin. Yhtä lailla kanava on syytä muistaa niin amerikkalaisuudestaan kuin myös kotimaisista ohjelmistaan, niin viihteellisyydestään kuin myös uudentyyppisten uutis- ja ajankohtaisohjelmien tarjonnastaan. Kolmoskanava kaksinkertaisti television elokuva- ja sarjafilmitarjonnan sekä käynnisti vanhojen tv-sarjojen nostalgiauusinnat. Se toi ruutuun aivan uusia urheilulajeja, kuten formulakilpailuja, golfia ja NHL-jääkiekkoa sekä kokeili vuorovaikutteisuutta puhelinäänestysten ja tv-bingon muodossa. Kolmosen salkkuun kertyi myös lukuisia ohjelmistollisia avauksia, kuten aamuohjelma *Huomenta Suomi*, ”postmoderni” poliittinen satiiri *Hyvät herrat* ja päivittäissaippuaooppera *Kauniit ja rohkeat*. Nämä ovat kaikki syitä pitää Kolmostelevisiota kaupallisen television edelläkävijänä Suomessa.

Tässä jaksossa tarkastelen Kolmostelevision ensimmäistä neljää toimintavuotta, jolloin Yleisradio vielä oli yhtiön pääomistaja. Vuodet 1986–1989 muodostavat ajanjakson, jolloin Kolmostelevision oli määrä näyttää, kykenisikö se lunastamaan siihen asetetut viestintäpoliittiset lupaukset. Sinä aikana kävi myös ilmi, miten se vaikutti televisiomarkkinoihin sekä Yleisradion ja MTV:n välisiin suhteisiin. Analyysin kohteeksi joutuvat seuraavassa niin kanavan ohjelmisto kuin sen menestys yleisö- ja mainosmarkkinoilla. Jakson luonnollisen loppusuoran muodostavat syksyllä 1988 käynnistyneet kanavajakoneuvottelut. Käsillä olevassa luvussa keskityn kanavan käynnistämisvaiheeseen.

PERUSSOPIMUKSEN PUITTEET

Kolmostelevision perustaminen oli heijastellut Yleisradion ja MTV:n välistä suojasäätä, ja oli odotettua, että kanavan käynnistäminen tiivistäisi edelleen yhtiöiden välejä. Kun Yleisradion pääjohtaja Sakari Kiuru käsitteli puheessaan syyskuussa 1986 hallintoneuvoston kulunutta nelivuotista toimikautta, hän saattoikin todeta, että "suhteissaan MTV:hen yhtiö on päässyt rauhallisempaan kauteen":

> Osaltaan myös uutisten vakinaistaminen ja keskustelut yhteisen kolmos-tv-yhtiön perustamisesta ovat olleet omiaan vahvistamaan yhtiöiden keskinäistä yhteistyötä ja korjaamaan MTV:n Yleisradion kustannuksella tapahtuvien laajentumispyrkimysten aiheuttamia epäluulon säröjä.[10]

Liennytys yhtiösuhteissa ja yhteinen huoli mainostulojen kertymästä johtivat myös siihen, että Yleisradio ja MTV sitoivat kanavavuokran vuodesta 1987 alkaen MTV:n mainosmyynnin liikevaihtoon, kun se aiemmin oli ollut vuokraisännän määräämä kiinteä summa. Käytännössä toimenpide alensi MTV:n Yleisradiomaksuja. Myös yhtiöiden jo vuosikymmenen takainen perussopimus uudistettiin tammikuussa 1987, ja se sai aiempaa liberaalimman ilmeen. Sisällöllisesti suurin muutos oli MTV:n viimein saama oikeus käsitellä päivänkohtaisia aiheita myös muussa ohjelmistossaan kuin uutisissa. Käytännössä tämä merkitsi vihreää valoa ajankohtaisohjelmille, aamutelevisiolle ja uutislähetysten lisäämiselle. Yksi merkittävä este vielä jäi: puoluepoliittisia ohjelmia, esimerkiksi vaalikeskusteluja, MTV ei edelleenkään saanut lähettää. Samoin voimaan jäi 24 tunnin sääntö kilpailukalenteriin merkittyjen urheilutapahtumien osalta, mikä rajasi MTV:n ohjelmistosta urheilu-uutiset ja suorat urheiluselostukset. Myös Yleisradion ohjelmapäällikön ja hallintoneuvoston valvontavalta säilyi ennallaan.[11] Koska sopimus tuli voimaan vasta vuoden 1988 alussa, Kolmostelevision käynnistyessä MTV:n taakkana olivat yhä lukuisat tiukat rajoitukset.[12]

Koska Kolmostelevision oli määrä toimia Yleisradion apuyhtiönä ja tämän toimiluvalla, sen oli tehtävä isäntänsä kanssa samankaltainen perussopimus kuin MTV:lläkin oli. Kuten Salokangas on huomannut, sopimukset poikkesivat monessa kohdassa toisistaan.[13] Ongelmia laatimisessa ei kuitenkaan ilmennyt, sillä peruslinjauksista oli sovittu jo suunnitteluvaiheessa. Yleisradio sitoutui vuokraamaan Kolmostelevisiolle lähetysaikaa rakentamastaan lähetysverkosta, ja vastaavasti vuokralainen sitoutui käyttämään verkkoa mainittuun tarkoitukseen. Siinä olivat elokuussa 1986 solmitun sopimuksen pääkohdat.

Lisäksi perussopimukseen kuitenkin kirjattiin ohjelmistoa ja mainontaa koskevia yleisiä määräyksiä sekä ohjelmiston rakennetta koskevat pykälät. Osa määräyk-

sistä oli peräisin valtioneuvoston toimilupapäätöksestä, osa taas otettiin sopimukseen siksi, että Yleisradio halusi rinnastaa Kolmostelevision MTV:hen ja soveltaa siihen samanlaista ohjausta. Perussopimuksen mukaan Kolmostelevisio sitoutui "noudattamaan Oy Yleisradio Ab:n hallintoneuvoston ohjelmistoa koskevia päätöksiä ja suosituksia sekä ottamaan huomioon Yleisradion esittämät ohjelmien laatua ja sisältöä koskevat toivomukset". Kovin vapaasti toimivasta yhtiöstä ei siis ollut kyse – ainakaan paperilla. Suoraan toimilupapäätöksestä sovellettuina viestintäpoliittisina tavoitteina perussopimukseen kirjattiin seuraavat asiat:

- Parhaaseen katseluaikaan ohjelmiston tuli olla vapaasti katsottavissa.
- Viidenneksen ohjelmistosta tuli alkuvaiheessa olla kotimaista, ja lisäksi kotimaisen ohjelmiston osuutta tuli sopimuskaudella nostaa.
- "Riittävän osan" tarjonnasta tuli olla ruotsinkielisen väestönosan ymmärrettävissä.
- Yhtiön ei tullut itse tuottaa ohjelmia, vaan hankkia ne esimerkiksi Yleisradiolta ja MTV:ltä; "merkittävä osa" kotimaisesta ohjelmistosta tuli kuitenkin hankkia emoyhtiöiden ulkopuolelta.[14]

Nämä vaatimukset olivat uudenlaisia suomalaisen televisiotoiminnan säätelyssä. Vastaavia määräyksiä ei ollut MTV:n rasitteena, mikä johtui sekä sen vähäisestä ohjelma-ajasta että sen Yleisradion tarjontaa täydentävästä luonteesta. Kyseessä oli ensimmäinen kerta, kun valtiovalta Suomessa edellytti yleisradioyhtiötä edistämään riippumatonta ohjelmatuotantoa. Edes kotimaisuusastetta koskevia vaatimuksia ei ollut meillä aiemmin sisällytetty toimilupiin.[15] Näissä perussopimukseen sisällytetyissä vaatimuksissa oli yksi pieni poikkeus verrattuna toimilupapäätökseen: se, että myös Yleisradio oli nyt kirjattu yhtiöksi, joka *ei* lukeutunut ulkopuolisten tuottajien ryhmään. Perussopimus toisin sanoen hieman tiukensi toimiluvan ns. independent-sääntöä, millä mitä ilmeisimmin haluttiin korjata liikenneministeriössä tapahtunut lapsus.

Kotimaista ohjelmistoa koskeva kiintiö muotoiltiin melkein samoin kuin toimilupapäätöksessä, eikä myöskään independent- tai kielivaatimusta mitenkään täsmennetty. Näin määräykset jäivät yhtä tulkinnanvaraisiksi ja väljiksi kuin valtioneuvosto oli ne jättänyt. Avoimeksi jäi esimerkiksi se, missä tahdissa ja kuinka paljon kotimaisen ohjelmiston osuuden tulisi lisääntyä. Liikenneministeriön alkuperäisen näkemyksen mukaan kotimaisuusasteen olisi tullut kasvaa toimilupakaudella, siis vuoden 1989 loppuun mennessä, 25–30:een tai jopa 40 prosenttiin. Tällaista tavoitetta itse sopimukseen ei kuitenkaan kirjattu, kuten ei sitäkään ministeriön esittelymuistion vaatimusta, että ulkopuolisilta tuottajilta tehtäviin ohjelmahankintoihin tulisi aluksi käyttää noin 25 miljoonaa markkaa vuodessa ja että rahamäärän tulisi

vähitellen kasvaa. Myös ruotsinkielisen ohjelmiston osuuden olisi liikenneministeriön mielestä tullut vähitellen kasvaa samalle tasolle kuin se oli TV1:ssä ja TV2:ssa, mutta sitäkään ei toimilupaan eikä sopimukseen kirjattu.[16] Koska määräykset kuitenkin oli sisällytetty ministeriön esittelymuistioon, ne velvoittivat Kolmostelevisiota ainakin moraalisesti.

Toisaalta perussopimus palautti eräitä sellaisia määräyksiä, joita liikenneministeriö oli aikoinaan esittelymuistiossaan korostanut mutta jotka olivat sitten jääneet toimiluvasta. Tällainen oli ennen muuta määräys, jonka mukaan Kolmostelevision ohjelmiston tulisi ”täydentää nykyistä yleisradiotoimintaa tarjoamalla yleisölle myös kolmannen televisioverkon välityksellä laadukasta ja monipuolista ohjelmistoa”. Säädöstä lisäksi täsmennettiin vaatimuksella, että Kolmosen tulisi ”pyrkiä sellaisen kilpailukykyisen ohjelmatarjonnan kehittämiseen, joka samalla tukee kansallista ohjelmatuotantoa”. Vaatimus juontui liikenneministeriön kulttuuri- ja viestintäpoliittisista lähtökohdista, joilla tavoiteltiin ”kotimaisen ohjelmatuotannon edistämistä” ja ”ohjelmatuotantorakenteen monipuolistamista”.[17] Kanavan oli siis määrä täydentää olemassa olevia kanavia, ei kilpailla niiden kanssa. Ohjelmiston tuli myös olla samassa mielessä laadukasta ja monipuolista kuin ykkös- ja kakkoskanavan tarjonnan, mutta lisäksi sen tuli edistää riippumattoman ohjelmatuotantosektorin kehitystä.

Myös yhtiöiden ohjelmareviirejä sopimus tarkensi toteamalla, ettei uusi kanava saa aiheuttaa muutoksia olemassa olevien kanavien ohjelmatarjonnan rakenteessa vaan että ”nykyisillä kanavilla lähetettävät ohjelmatyypit voidaan edelleen välittää niiden kautta”. Tämä tarkoitti sitä, että olemassa olevia kanavia ei saanut kaventaa. Lisäksi kansallisesti tai kansainvälisesti merkittävien televisiointien tuli ”säilyä koko väestön saatavilla nykyisillä kanavilla”. Kolmostelevision ohjelmiston tuli ottaa erityisesti huomioon ”katsojakunnan muuttuva ohjelmakysyntä lisäämällä muun muassa urheilu-, elokuva- ja viihdepalveluja”, eli kanavan edellytettiin tuovan katsojien ulottuville lisää sellaisia ohjelmatyyppejä, joista vallitsi suurempi kysyntä, kuin ykkös- ja kakkoskanava kykenivät tarjoamaan.[18] Kanavan viihteeseen painottuva ohjelmistollinen fokus kävi siis selvästi ilmi sopimuksesta.

Loput vaatimukset noudattivatkin jokseenkin uskollisesti MTV:lle asetettuja määräyksiä. Suoraan MTV:n perussopimuksesta lainattuja olivat myös puoluepoliittiset ohjelmat kieltävä määräys, ruotsin kieltä koskeva kohta sekä mainonnan osuutta, mainoskatkojen määrää ja mainosten sisältöä koskevat säädökset. Mainonnan osuudeksi sopimus sääti 15 Kolmostelevision ohjelma-ajasta – seikka johon toimilupapäätös ei ollut mitenkään puuttunut. Yleisradion ja MTV:n pitkäaikaisesta käytännöstä juontui myös vaatimus, että yhtiöt pyrkisivät noudattamaan yhteisiä perusteita palkkioita maksaessaan. Viimeksi mainittu pyrkimys hillitsi kilpailua esiintyjien hankkimisessa; nykyään säädöstä pidettäisiin ilmeisenä kartellina. Yksi

Taulukko 7 **Kolmostelevision ja MTV:n ohjelmistoa koskevat vaatimukset 1986**

Velvoite	Toimilupapäätös edellytti Kolmostelevisiolta	Perussopimus edellytti Kolmostelevisiolta	Perussopimus edellytti MTV:ltä
Ohjelmiston saatavuus	Ohjelmatarjonnan oltava parhaana katseluaikana avointa kaikille.	Parhaan katseluajan ohjelmisto oltava vapaasti katsottavissa.	[Ei vaatimusta.]
Ohjelmien valvonta-vastuu	Noudatettava Yleisradion hallintoneuvoston ohjelmistoa koskevia päätöksiä.	Noudatettava Yleisradion hallintoneuvoston ohjelmistoa koskevia päätöksiä ja sisältöä koskevia toivomuksia.	Noudatettava Yleisradion hallintoneuvoston ohjelmistoa koskevia päätöksiä ja sisältöä koskevia toivomuksia.
Ohjelmiston rakenne	[Ei vaatimusta.]	Ohjelmiston oltava laadukasta ja monipuolista. Tuettava kansallista ohjelmatuotantoa.	[Ei vaatimusta.]
Ohjelmiston kotimaisuus	Alkuvaiheessa vähintään 20 % kanavan tarjonnasta oltava kotimaista. Osuuden noustava toimilupakaudella.	Alkuvaiheessa vähintään 20 % kanavan tarjonnasta oltava kotimaista. Osuuden noustava sopimuskaudella.	[Ei vaatimusta.]
Itsenäisten tuottajien osuus	Merkittävä osa ohjelmien hankintaan tarkoitetuista varoista käytettävä hankintoihin ulkopuolisilta tuottajilta.	Hankkii ohjelmia Yleisradiolta ja MTV:ltä, mutta merkittävä osa hankittava ulkopuolisilta.	[Ei vaatimusta.]
Ruotsin kielen osuus	Riittävän osan ohjelmatarjonnasta oltava ruotsinkielisten ymmärrettävissä.	Riittävän osan ohjelmatarjonnasta oltava ruotsinkielisten ymmärrettävissä.	Pyrittävä tekstittämään ruotsiksi kotimaiset elokuvat sekä tv-teatterin uusinnat.
Muut ohjelmistoa koskevat vaatimukset	[Ei vaatimusta.]	Puoluepoliittiset ohjelmat kielletty.	Puoluepoliittiset ohjelmat kielletty. Päivänkohtaisten aiheiden käsittely kielletty uutisia lukuunottamatta.
Mainontaa koskevat vaatimukset	[Ei vaatimusta.]	Mainostajille laadittava ohjeet. Mainosten erotuttava ohjelmista. Mainonnan osuus enintään 15 % lähetysajasta.	Mainostajille laadittava ohjeet. Mainosten erotuttava ohjelmista. Mainonnan osuus enintään 15 % lähetysajasta.

Lähde: Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentäminen, Valtioneuvoston yleisistunnon ptk 62/5.6.1986, liite 50 (KA); Oy Yleisradio Ab:n ja Oy Kolmostelevisio Ab:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/15.8.1986, liite 53 (YLEA); Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 10/17.12.1976, liite 39 (YLEA).

merkittävä etu Kolmostelevisiolla oli MTV:hen verrattuna: sillä ei ollut päivänkohtaisten asioiden käsittelyä kieltävää 24 tunnin sääntöä taakkanaan.[19] (Taulukko 7.)

Sopimukseen sisällytetyt määräykset osaltaan rajoittivat Yleisradion ja Kolmostelevision keskinäistä kilpailua, mutta samalla ne ennakoivat tulevan toimilupapolitiikan pelisääntöjä. Monet Kolmostelevisiolle asetetuista ehdoista välittyivät sittemmin MTV:n ja Nelosen toimilupaan: näitä olivat vaatimus ohjelmiston monipuolisuudesta, kotimaisuudesta, independent-osuudesta ja ruotsinkielisestä tarjonnasta.[20] Ennen kuin hallintoneuvosto perussopimuksen hyväksyi, pöytäkirjaan lisättiin vielä SKDL:n edustajien klausuuli, jonka mukaan uusi kanava ”ei saa merkitä TV1:n ja TV2:n toimintaedellytysten heikkenemistä”.[21] Liikenneministeriö vahvisti perussopimuksen lokakuun alussa.

KEVYT ORGANISAATIO

Kolmostelevision valttina oli ensimmäisistä suunnitelmista alkaen ollut kevyt organisaatio. Se ei tarvinnut omaa toimitaloa eikä studioita. Sille ei ollut tarvetta rakentaa Isoa Pajaa eikä Pöllölaaksoa. Koska se osti kaikki ohjelmansa ulkopuolisilta tuottajilta, sen henkilökunta mahtui mainiosti MTV:ltä vuokrattuihin toimistotiloihin Helsingin Ilmalaan. Yleisradion henkilökuntaa, joka kasvoi 1980-luvulla liki 5 000:een, on Suomessa totuttu päivittelemään, mutta erityisen silmiinpistävä oli MTV:n ja Kolmostelevision varustuksen ero. Syksyllä 1987, Kolmostelevision aloittaessa säännölliset lähetyksensä, MTV välitti valtakunnanverkkoon parikymmentä tuntia ohjelmaa, mihin se tarvitsi liki 700-päisen henkilöstön. Samanaikaisesti Kolmosen viikkokaaviossa oli 40 ohjelmatuntia mutta toimistossa vain 35 henkilöä.[22] Kanavan kummisedät, Arne Wessberg ja Jaakko Paavela, halusivat tehdä jokaisen henkilövalinnan tarkasti kokonaisuutta punniten: ”Kaikkien pitäisi osata jotain vahvasti. Onnellisinta olisi, jos se porukka edustaisi jotain muuta kuin perinteistä broadcasting-osaamista”, Wessberg linjasi.[23]

Kuvaavaa on, että Kolmostelevision ensimmäinen työntekijä oli tiedotuspäällikkö Mariitta Hämäläinen, joka palkattiin yhtiöön kesällä 1986 eräänlaiseksi *spokespersoniksi* rakentamaan suhteita viestimiin ja joka nousi myös Kolmostelevision johtoryhmään. Hämäläinen, joka oli aiemmin työskennellyt Markkinointi Viherjuuri Oy:n tiedotuspäällikkönä ja oli uuden kanavan kannalta sopivan markkinointihenkinen, aloitti sananmukaisesti tyhjältä pöydältä syyskuun alussa. Kuukautta myöhemmin aloitti talouspäällikkö Aira Oksanen.[24]

Seuraavaksi yhtiö tarvitsi toimitusjohtajan, jota hallitus jäljitti paitsi omien suhdeverkkojensa myös konsulttitoimiston avustuksella. Nimispekulointia käytiin julkisuudessa pitkin kesää, jolloin kandidaatteina mainittiin muun muassa kirjailija



Oikeustieteen kandidaatti Heikki Lehmusto valittiin Kolmosen toimitusjohtajaksi 17.9.1985. Uudessa työpaikassaan hän aloitti joulukuussa, saman päivänä, jolloin kanavan koelähetykset Helsingissä alkoivat.

Kuva: Jarmo Matilainen / HS-arkisto

Jörn Donner ja *Iltalehden* silloinen päätoimittaja Ralf Friberg. Vahvimmaksi ehdokkaaksi nousi kuitenkin pian kaapelitelevisioyhtiö Tampereen Tietoverkko Oy:n toimitusjohtaja Matti Tulin, jonka nimitystä pidettiin jo niin varmana, että hän ehti saada onnittelusähkeitä kotiin. Valinta kuitenkin kaatui Yleisradion ja MTV:n näkemyseroihin, jolloin tehtävään jo suostumuksensa antanut Tulin vetäytyi kisasta. MTV ehdotti paikalle myös omaa miestään, kokenutta ohjelmajohtajaansa Tauno Äijälää, joka oli ollut laatimassa tulevan kanavan ohjelmistosuunnitelmia, mutta koska yksimielisyyttä ei löytynyt, metsästystä oli jatkettava lähipiiriä kauempaa. Prosessi ei ollut helppo, sillä suostumusta kysyttiin lukuisilta henkilöiltä, jotka kaikki kieltäytyivät kunniasta. Joukossa olivat ainakin Yhtyneiden Kuvalehtien entinen toimitusjohtaja Timo Saini, Wärtsilän viestintäjohtaja Ari Valjakka ja Helsinki Television toimitusjohtaja Tapio Kallioja.[25]

Syyskuun puolivälin jo lähestyessä ehdolle nousi 39-vuotias oikeustieteen kandidaatti Heikki Lehmusto. Hän työskenteli siinä vaiheessa muun muassa *Insinööriuutisia* julkaisevan Insinöörilehdet Oy:n toimitusjohtajana. Sitä ennen hän oli ollut apulaisjohtajana Yhtyneissä Kuvalehdissä ja johtanut oululaista Kolmiokirjaa, joka julkaisi erilaisia viihdelukemistoja, kuten *Jerry Cottonia* ja *Reginaa*. Lehmustolla oli myös toimittajakokemusta *Ilta-Sanomista* ja *Viikkosanomista*. Lehmuston kuu-

sivuotisella johtajankaudella Insinöörilehtien liikevaihto oli viisinkertaistunut 50 miljoonaan markkaan. Lehmustoa pidettiin dynaamisena ja ennakkoluulottomana johtajana, jonka tiedettiin pelaavan tennistä, polttavan Marlboroa, ajavan BMW:llä ja rakastavan oopperaa. Yleisradion ja MTV:n edustajille Kolmostelevision hallituksessa Lehmusto oli sopiva kompromissi, joka päätti pitkällisen etsinnän 17. syyskuuta 1986. Nokiallakin Lehmusto tunnettiin, sillä Insinöörilehdet oli ymmärrettävästi paljon tekemisissä Suomen johtavan elektroniikkayrityksen kanssa. Ja sattuma tai ei, Nokian johtajan Harry Mildhin vaimo oli ollut Lehmuston historianopettaja koulussa.[26]

Pienen miettimisajan Nokian pääkonttorin lounastapaamisessa esitetty tiedustelu Lehmustolta vaati. Hänen mainostetusta ennakkoluulottomuudestaan kertoi osaltaan se, että hän vastasi myöntävästi. Ei ollut helppoa ryhtyä vetämään televisiokanavaa, jota hallitsi kolme omia etujaan tarkasti vaalivaa yhtiötä ja jolle epäilijät povasivat perikatoa. Lehmusto oli kertomansa mukaan laatinut itse oman työsopimuksensa, jonka hän toi yhtiön hallituksen kokoukseen. ”Siinä oli todettu se, että kun Kolmosen kaikilla omistajilla oli niin voimakkaat omat intressit – Nokian intressi oli myydä boksit, Maikkarin intressi oli säilyttää mainosmyynnin monopoli ja YLEn intressi turvata rahansa –, niin ainoa, joka hallituksessa tuo esille Kolmosen intressit, on sen toimitusjohtaja. Ja silloin Kolmosen toimitusjohtajalla on oikeus ja velvollisuus sanoa asiat suoraan.”[27]

Sen verran vaikeaksi toimitusjohtajan valinta oli kuitenkin osoittautunut, että emoyhtiöt tinkivät alkuperäisestä tavoitteestaan, jonka mukaan yhtiöön olisi saman tien palkattu koko johtotroikka eli toimitusjohtajan lisäksi myös ohjelmajohtaja ja markkinointijohtaja. Kun Lehmusto aloitti työnsä Ilmalantorilla joulukuun alussa, hänen lisäkseen toimistossa oli töissä vasta neljä henkilöä. Samana päivänä Lehmuston kanssa aloittivat myös lähetystoiminnan päällikkö Jyrki Lahtinen ja ohjelmasuunnittelija Arto Kivinen, jonka vastuulle tuli pian ulkomaisten ohjelmien ostaminen.[28]

Vasta vuodenvaihteen jälkeen, tammikuisena sunnuntaina, *Helsingin Sanomien* ilmoitussivuilta löytyi puolen sivun suuruinen ilmoitus, jossa Kolmostelevisio haki markkinointijohtajaa, talousjohtajaa, ohjelmajohtajaa ja ohjelmapäälliköitä, filmitoimittajaa, toimitusjohtajan sihteeriä, sihteeri-kirjeenvaihtajaa ja autonkuljettaja-lähettiä. Markkinointijohtajalta edellytettiin ilmoituksessa vahvaa markkinointikokemusta ja kokemusta kansainvälisestä yhteistyöstä. Talousjohtajaa haettiin rakentamaan yhtiölle talous- ja henkilöstöhallinnon sekä atk-järjestelmien kokonaisuutta, ohjelmajohtajaa ja -päälliköitä taas ”vastaamaan koko ohjelmapolitiikan ja -tarjonnan luomisesta ja toteuttamisesta”. Jälkimmäisiltä edellytettiin ”raskaan sarjan kokemusta mediamaailmasta ja ohjelmatoiminnasta” ja ”visiota alan kehityksestä”.[29]



Ohjelmapäällikkö Heikki Seppälä (oik.) aloitti yhtiössä huhtikuussa 1986. Kuvassa on hänen lisäkseen Kolmosen tiedotusosasto vuonna 1989: tiedotusassistentit Kristina Holmström (vas.) ja Tiina Nyyssönen sekä tiedotuspäällikkö Mariitta Hämäläinen.

Kuva: Heikki Seppälän kotialbumi

Maaliskuun lopussa Yleisradion TV1:n pitkäaikainen viihdepäällikkö Heikki Seppälä valittiin kotimaisista ohjelmista ja ulkomaisista yhteistuotannoista vastaavaksi ohjelmapäälliköksi. Nimellisesti hänen vastuualueekseen nimettiin ohjelmien hankinta, mutta sen lisäksi hän vastasi ohjelmakaavion suunnittelusta. Kun hänen vastuulleen myöhemmin siirtyi koko ohjelmatoiminta, tehtävänimike muuttui ohjelmalinjan johtajaksi. Huhtikuussa markkinointijohtajaksi nimitettiin valtiotieteen maisteri Juha-Pekka Louhelainen, joka tuli tehtävään mediatoimisto Datum Oy:stä. Talousjohtajaksi valittiin toinen kauppatieteen maisteri, Heikki Vahala, Valtion painatuskeskuksesta. Sittemmin, 1993, Louhelainen nousi Kolmostelevision toimitusjohtajaksi ja 1996 edelleen uuden kilpailijan Ruutunelosen, toimitusjohtajaksi. Vahala siirtyi 1994 ensin MTV:n tytäryhtiön For Oy:n toimitusjohtajaksi ja seurasi Louhelaista Kolmostelevision toimitusjohtajana. Seppälä puolestaan jatkoi Kolmostelevisiossa ohjelmalinjan johtajana vuoteen 1994 saakka, jolloin hän palasi Yleisradioon, aluksi televisiotoimialan koordinaattoriksi.

Näin Kolmosen johtoryhmä, johon Lehmuston lisäksi kuuluivat Louhelainen, Vahala, Seppälä ja Hämäläinen, oli koossa, ja uuden yhtiön varsinaista käynnistämistä päästiin suunnittelemaan toden teolla.

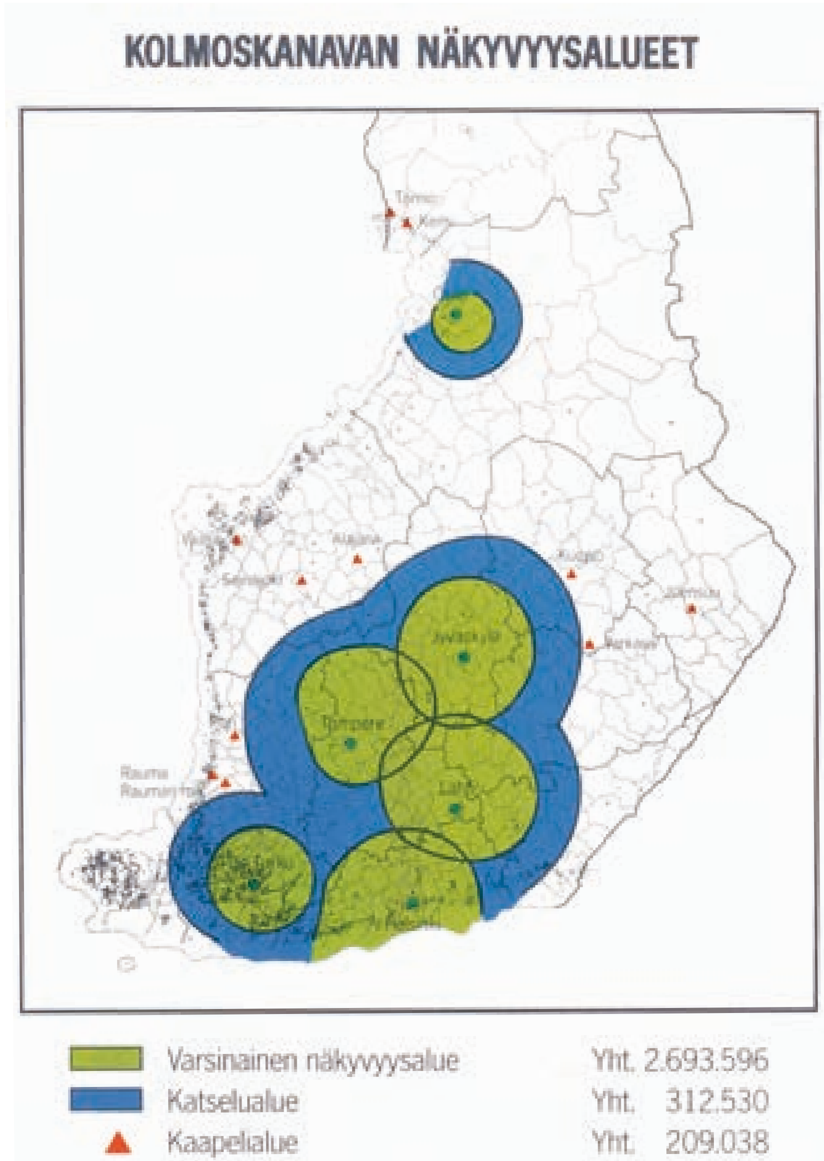
ANTENNEJA KATOILLE

Televisiokanava ei koskaan käynnisty yhdessä yössä. Ennen starttia on paitsi palkattava henkilökunta ja hankittava ohjelmisto myös rakennettava lähetysverkko ja varmistettava, että yleisöllä on tarvittavat välineet kanavan vastaanottamiseksi.

Verkon osalta tavoite oli saada se ensi vaiheessa kattamaan Etelä-Suomen suuret kaupungit eli pääkaupunkiseutu, Tampere, Jyväskylä, Turku ja Lahti ympäristöineen. Yleisradion hallintoneuvosto oli elokuussa 1986 myöntänyt yhtiön hallitukselle valtuudet TV3-verkon rakentamiseen Kolmostelevisiota varten. Se edellytti asemien saneerausta, uusien alilähettimien asentamista mastoihin ja ohjelmansiirron vaatiman linkkiverkon rakentamista. Kokonaisuudessaan investoinnit merkitsivät ensimmäisen kahden vuoden aikana 72 miljoonan markan kustannuserää. Rakentaminen tapahtui lainarahoituksella, sillä kuten valtioneuvosto oli edellyttänyt, rahoittamiseen ei saanut käyttää vastaanottoluvista perittäviä maksuja. Sekä rakentamiskulut että lainan hoitokulut Yleisradio perisi Kolmostelevisiolta lähetysverkon vuokrana.[30]

Alkuperäisen aikataulun mukaan koelähetykset oli määrä aloittaa Espoon väliaikaisen lähetysaseman kautta 1.12.1986. Seuraavana kesänä mukaan oli tarkoitus saada Tampereen alue, joulukuussa 1987 Jyväskylä sekä vuoden 1988 aikana Lahti ja Turku, jolloin myös Espoon asema saataisiin ajanmukaistettua niin, että sen lähetykset näkyisivät niin Tammisaaressa kuin Loviisassa ja pohjoisessa aina Riihimäellä asti. Aikataulussa pysyttiinkin varsin hyvin, joskin Espoon ja Lahden lopullisten asemien valmistuminen viivästyi kolmella kuukaudella. Toisaalta turkulaiset ja oululaiset pääsivät katsomaan Kolmosta kaavailtua aiemmin. Jyväskylässä kanava saatiin näkyviin varaslähdöllä paikallisen kaapelitelevision kautta. Kankaanpäässä hilattiin antenni nosturin nokkaan, jolloin sadat paikkakuntalaiset saivat käyttöönsä Tampereen alilähettimen signaalin. ”Kentän paine on kova”, toimitusjohtaja Lehmusto hykerteli yleisön innostusta. Kun Oulun asema lopulta saatiin lähettämään Kolmostelevision ohjelmistoa Espoosta vapautuneen pienen lähettimen avulla joulukuussa 1988, kaksi vuotta koelähetysten alkamisesta, kanava tavoitti jo yli puolet suomalaisista. Tarjonnan ulkopuolella oli kuitenkin vielä laajoja alueita: Pohjanmaa, Itä-Suomi ja melkein koko Pohjois-Suomi.[31] (Taulukko 8.)

Pontevasta valmistelusta huolimatta koelähetysten alku oli kompastua antenniongelmaan. Vasta syyskuussa oli oivallettu, että koska TV3 näkyisi pääkaupunkiseudulla UHF- eikä VHF-taajuuksilla, omakoti- ja yhteisantennitaloissa tarvittiin kokonaan uusi antenni, joka lisälaitteineen maksoi lähes tuhat markkaa, kerrostaloissa jopa kolme kertaa enemmän. Yleisölle viesti meni perille hitaasti, minkä johdosta antennitilaukset ruuhkautuivat. Koko syksyn tiedotuspäällikkö Mariitta Hämäläinen vastasi antenniasioita koskeviin loputtomiin puheluihin ja kiersi taloyhtiöissä



Kolmoskanava laajeni asteittain ensin suurimpien kaupunkien markkina-alueille. Joulukuussa 1988 uusi kanava tavoitti Helsingin, Tampereen ja Turun ohella jo Lahden, Jyväskylän ja Oulun seudut.

Taulukko 8 TV3-verkon alkuvaiheen rakentamisaikataulu

Asema	Alkuperäinen aikataulu	Toteutunut aikataulu	Kasautuva peitto tv-talouksista
Espoo	1.12.1986 (tilapäinen)	1.12.1986 (tilapäinen)	22 %
Tampere	1.8.1987	3.8.1987	31 %
Turku	1.5.1988	15.11.1987 (väliaikainen)	39 %
Jyväskylä	15.12.1987	15.12.1987	44 %
Espoo	1.5.1988 (lopullinen)	1.8.1988 (lopullinen)	47 %
Lahti	1.5.1988	1.8.1988	53 %
Oulu	avoin	1.12.1988 (väliaikainen)	56 %

Lähde: Oy Kolmostelevisio Ab:n toimintakertomukset 1986–1988 (MTVA); Kolmosesta kanava yli miljoonalle, *Helsingin Sanomat* 1.9.1987; Hoffrén 1993, 98.

kertomassa uudesta kanavasta. Hänen mukaansa kentällä vallitsi puoliaggressiivinen pelko, että kanava muuttuisi maksulliseksi, jolloin antennin hankkineita olisi petetty. Ennen koelähetyksiä Kolmostelevisio lanseerasi televisioon tietoiskun, jossa kaksi pikkupoikaa kävelee Helsingin Pirkkolaa muistuttavan pientaloalueen pikkukadulla ja osoittelee katoilla kohoavia antenneja: ”Kolmonen. Kolmonen. Kolmonen.” Kunnes pienempi pojista luiskahtaa reunakiveltä ja kaatuu.[32]

Samoin syyskuussa HTV ilmoitti yllättäen, ettei uusi kanava pääsisi korvauksetta sen kaapeliverkkoon. HTV:n toimitusjohtajan Tapio Kalliojan kanta oli, että Kolmosen tulisi puhtaasti kaupallisena yrityksenä maksaa ohjelma-ajastaan. Hinnaston mukainen tuntihinta oli 12 000 markkaa, mutta Kallioja lupasi kuitenkin siihen tukkualennusta: ”Jos Kolmostelevisio ostaa kolme tuntia illassa, se tietää jo yli tuhat tuntia vuodessa. Sillä saa jo reilun alennuksen.”[33] Silloisten taloverkkojen puutteellinen välityskyky oli osasyyllinen ongelmaan. Useimmissa taloyhtiöissä oli korkeintaan kuusi tv-kanavaa, ja Kolmostelevision lisääminen valikoimaan olisi ai-

heuttanut jonkin muun kanavan poistamisen paletista. Ongelmaan oli kiinnitetty huomiota jo sekä Yleisradion, MTV:n ja Nokian että liikenneministeriön työryhmissä. Vaikka kaapelilainsäädäntöä vasta valmisteltiin, Kolmostelevisio oli uskonut alalla vallinneen ns. *must carry* -periaatteen automaattisesti ulottuvan myös sen ohjelmistoon.[34]

Lopulta Kolmostelevisio voitti kaksi kuukautta kestäneen jakelukiistan. Yleisradio ajoi läpi kantaansa, jonka mukaan myös kolmoskanavan "vapaasti vastaanotettaviksi tarkoitettujen yleisradiolähetysten" tulisi olla kaikkien saatavilla "yhtäläisin ehdoin ja riippumatta lähetysten vastaanoton teknisestä toteuttamistavasta". HTV myöntyi ilmaiseen jakeluun, kuitenkin vain mainosrahoitteisen ohjelmiston osalta, ei mahdollisen maksutelevision.[35] Päivääkään liian aikaisin sopua ei saatu aikaan, sillä koelähetysten käynnistämiseen oli tasan kymmenen päivää. Kanavapaikaksi järjestyi kätevästi HTV:n oma Helsinki-kanava, jonka tämä lupasi pitää vapaana Kolmostelevision lähetysaikoina. Pysyvämmäksi ratkaisuksi, joka toteutettaisiin seuraavaan syksyyn mennessä, sovittiin S-kanava, jonka käyttö kuitenkin edellyttäisi useimmissa taloyhtiöissä verkon kunnostusta 20-kanavaiseksi ja monilta kotitalouksilta myös sellaisen television hankkimista, joka näyttäisi lisäkanavat. Taloyhtiöille annettiin myös mahdollisuus siirtää kolmoskanava Tallinnan television paikalle.[36]

Muissa kaupungeissa Kolmosen pääsy kaapeliverkkoon onnistui paljon kivuttomammin. Esimerkiksi Tampereen Tietoverkolla (TTV) ei ollut samanlaisia verkon välityskykyyn liittyviä ongelmia kuin HTV:llä. Pienemmissä kaupungeissa paikalliset kaapelioperaattorit halusivat kiirehtiä ja saada uuden kanavan valikoimaansa jo ennen kuin kanava muuten oli nähtävillä. Näin tapahtui muun muassa Porissa, Raumalla, Varkaudessa, Kuopiossa, Joensuussa, Seinäjoella, Vaasassa, Kemissä ja Torniossa.[37]

Helsingin seudulla likimainkaan kaikki halukkaat antennitaloudet eivät ehtineet saada tarvittavaa antennia katolleen joulukuun alkuun mennessä. "Taloyhtiöt heräsivät liian myöhään, moni on tiedustellut antennia vasta testikuvan alettua", pahoitteli Antenniurakoitsijoiden liiton toimitusjohtaja. Lehtitietojen mukaan Espoon Kivenlahden aseman tuntumassa uusi kanava kuitenkin näkyi kohtuullisesti sekä matkatelevisiolla että sisäantennilla. *Sound of Musicin* tutut sävelmät välitti kotikatsomoon jopa toimitusjohtaja Lehmuston lehtihaastatteluissa hätäratkaisuksi suosittelema "Lindströmin pesulan rautainen henkari" antennijohtoon kytkettynä. Ensi-illan aattona monet helsinkiläiset olivat kuitenkin yhä epätietoisia siitä, miten kolmoskanavan kuvan saisi näkymään, ja *Helsingin Sanomat* moittikin uutta kanavaa riittämättömästä yleisöneuvonnasta.[38]

ELOKUVILLA EETTERIIN

Kanavan ensi-ilta maanantaina 1. joulukuuta 1986 kello 18 oli merkittävä tapaus suomalaisen television historiassa, mutta juuri sillä hetkellä se ei tainnut tuntua miltään uuden aikakauden alkuräjähdykseltä. Hymyilevä toimitusjohtaja Heikki Lehmusto piti avauspuheenvuoron, jossa hän vakuutti Kolmosen nojaavan suomalaisen katsojakunnan makuun ja toiveisiin. Runsaan minuutin mittainen johdatus päättyi toivomukseen saada katsojilta palautetta: "Kirjoittakaa meille, mitä elokuvia tai ohjelmia te haluatte nähdä!"[39] Sitten seurasi illan varsinainen ohjelmanumero: kolmituntinen *Sound of Music*, Julie Andrews ja kansallispukuinen lapsikatras rallattamassa *Do-Re-Mitä* aurinkoisessa alppimaisemassa. Tuntui, että Peter von Bagh oli ollut oikeassa: tätä varten ei olisi tarvinnut perustaa uutta televisiokanavaa. Elokuvaa ei ollut aiemmin esitetty Suomen televisiossa, mutta se olisi istunut mainiosti sunnuntai-iltapäivien perhe-elokuvapaikalle, jollainen MTV:llä oli TV1:ssä.

Sound of Musicin valinta avauselokuvaksi oli lopulta harkittu ratkaisu. Lännenfilmi ei ollut kelvannut Lehmustolle, koska se olisi leimannut Kolmosen heti "miesten kanavaksi". Toinen kandidaatti oli jo mainittu *Arvosanametsästys*, joka olisi täyttänyt paremmin koko perheen elokuvan kriteerit ja joka ehdittiin esitellä myös television ohjelmaneuvostolle ja tiedotusvälineille lähtölaukauksena. *Sound of Music* oli lopulta myönnytys suurimmalle mahdolliselle yleisölle. Se oli kosiskelua, minkä Lehmustokin lehtihaastattelussa myönsi: "Kilpailun voi voittaa vain katsojaystävällisellä tavalla." Kanavan oman selvityksen mukaan avauslähetystä seurasi neljännesmiljoona katsojaa, mutta kilpailevan tutkimuksen mukaan yleisömäärä jäi kenties vain kymmenesosaan Kolmosen itse ilmoittamasta.[40]

Jokailtaisesta elokuvasta ja satunnaisista urheilulähetyksistä koostunutta kokeilulähetyskautta kesti kaikkiaan yhdeksän kuukautta. Kanavan varsinainen lanseeraus oli suunniteltu elokuun alkuun 1987, mitä aikataulua sittemmin lykättiin kuukaudella. Kokeilujaksoa tarvittiin ennen muuta siksi, että ensimmäiset kotimaiset ohjelmat valmistuisivat. "Kun toimilupa edellyttää, että kolmoskanavalla on kotimaista ohjelmistoa, niin tuon ohjelmiston synnyttäminen vaatii kyllä tietyn ajan", Arne Wessberg perusteli Yleisradion tv-uutisissa.[41]

Kotimaisuusvaatimus oli periaatteessa ongelma, sillä kotimaisia elokuvia oli kaavailuissa vain kourallinen. Itsenäisyyspäivänä nähtiin Edvin Laineen Päätalo-filmatisointi *Ruskan jälkeen* (1979), mutta sen lisäksi joulukuun ohjelmistoon oli mahdutettu vain yksi suomalaiselokuva, Taavi Kassilan *Jousiampuja* (1983). Jo lokakuussa vt. toimitusjohtaja Paavela oli esittänyt liikenneministeriölle, ettei kanavan tarvitsisi noudattaa 20 prosentin kotimaisuusvaatimusta koelähetysten aikana. Ministeriön neuvotteleva virkamies Harri Pursiainen katsoi, ettei ollut perusteita jättää vaatimusta huomiotta, kun kokeilulähetyksiä kestäisi peräti lähes neljänneksen toimilu-

pakaudesta. Toisaalta Pursiainen totesi, ettei päätöksen tekeminen asiasta kuulunut liikenneministeriölle vaan Yleisradiolle, jonka toimiluvalla Kolmostelevisio toimi.[42]

Lopulta Yleisradio päätti katsoa asiaa läpi sormien. Kokeilukauden päätteeksi Yleisradiossa tehty selvitys osoitti, että yhdeksän kuukauden aikana kanava ehti esittää kaikkiaan 18 kotimaista elokuvaa, seitsemän prosenttia tarjonnasta. Kaksi kolmannesta esitetyistä elokuvista oli amerikkalaisia. Kotimaisten esitysten laatua sinänsä ei voi moittia. Joukkoon lukeutuivat niin Risto Jarvan suositut komediat *Mies joka ei osannut sanoa ei* (1975), *Loma* (1976) ja *Jäniksen vuosi* (1978) kuin klassikkoelokuvat *Katariina ja Munkkiniemen kreivi* (1947), *Kaunis Veera eli balladi Saimaalta* (1950), *Rosvo Roope* (1949), *Putkinotko* (1954) ja *Ihmiset suviyössä* (1948). Ulkomainen ohjelmisto sen sijaan oli valtaosin anonyymia rutiinituotantoa, ja peräti kaksi elokuvaa viidestä oli televisiotuotantoja ja kolme neljästä peräisin 1980- tai 1970-luvulta.[43] Elokuvaesitykset alkoivat kello 19 ja jatkuivat siten kello 20.30 alkaneiden Yleisradion pääuutisten päälle. Se oli ensimmäinen kerta, kun melkein iltahartauden aseman saanut uutislähetys sai Suomessa haastajan.

Tapahtumatelevisioinneista näyttävimpiä päänavauksia olivat vuoden 1987 Oscar-palkintogaalan lähettäminen nauhoitettuna huhtikuun alussa sekä NHL:n Stanley Cupin loppuottelujen televisioinnit toukokuun loppupuoliskolla. ”Ajattelimme, että ottelut kiinnostavat varmasti monia katsojia, onhan NHL:ssä jo useita suomalaisia pelaajia”, ohjelmapäällikkö Heikki Seppälä perusteli hankintaa. Arvio oli oikea, sillä loppuottelussa pelasivat Philadelphia Flyers ja Edmonton Oilers. Edellisen riveissä kiekkoili Ilkka Sinisalo, jälkimmäisessä taas pelasivat Jari Kurri, Reijo Ruotsalainen ja Esa Tikkanen. Milloinkaan aiemmin tv-yleisö ei ollut meillä päässyt näkemään, millaista ammattilaisjääkiekkoilu Atlantin toisella puolen todella oli. Pieni haitta oli, että seitsemään yhteenottoon venynyt loppuottelusarja lähetettiin muutaman päivän viiveellä. Heinäkuuksi Kolmonen pani lapun luukulle, mutta elokuussa se näytti elokuvien lisäksi tennistä, ratsastusta ja autourheilua sekä syksyllä käynnistyvien sarjojen pilottijaksoja. Näin saatiin esimakua sellaisista tulevista menestyssarjoista kuin *L.A. Law* ja *Murhasta tuli totta*.[44]

Kokeilukausi oli kaiken kaikkiaan laimea, eikä se antanut juurikaan käsitystä siitä, mitä Kolmosesta oli tuleva. Se ei myöskään tukenut vahvasti sitä kuvaa, jonka Kolmonen yritti luoda. Lehmuston mukaan kanavan oli määrä olla ”urbaani, myönteinen ja aktiivinen”. Keväällä 1987 julkaistussa markkinointiesitteessä lueteltiin lisää myönteisiä adjektiiveja: itsenäinen, edelläkävijä, lähellä katsojaa, nopeasti reagoiva, kaupallinen.[45]

Kriitikoiden arviot olivat ymmärrettävästi murhaavia. *Helsingin Sanomien* Jukka Kajava ihmetteli, missä ovat kanavan kotimaiset elokuvat, jos kerran suomalaiset oli pitänyt saada katselemaan ”kotimaista soopaa sen sijaan, että tuijottelisimme satelliittien ulkomaista hörönlöröä”. Hän moitti tarjontaa kirjavaksi ja varhaiseen

lähetysaikaansa nähden väkivaltaiseksi. Marja-Liisa Pollari kirjoitti *Suomen Sosialidemokraatissa*, ettei Kolmonen ole onnistunut kilpailussaan taivaskanavien kanssa: ”Varsinaiselle tv-sukupolvelle kolmoskanava ei ole vielä tarjonnut vielä mitään *Blues Brothersia* lukuunottamatta.” Peter von Bagh puolestaan toppuutteli kritiikkiä ja jäi odottavalle kannalla; hänestä kanavalle piti antaa aikaa. Muutamaa viikkoa myöhemmin kävi ilmi, että Bagh oli saamassa oman ohjelmansa kolmoskanavalle.[46]

Kenties suurimpia syyllisiä alun kalpeuteen olivat kanavan alkuperäiset puuhamiehet, keskitasoa heikompia elokuvia kanavantäytteeksi hankkineet Arne Wessberg ja Jaakko Paavela. Alkuperäiset maksu-tv-suunnitelmat mielessään he toivat ostosmatkoiltaan sellaistakin, mikä olisi pitänyt malttaa jättää kaupan hyllylle.

KYMMENITTÄIN OHJELMAIDEOITA

Kun valtioneuvosto vielä väänsi kättä uuden kanavan perustamisesta, moni esitti epäilyn, ettei Suomesta löytyisi kylliksi ohjelmantekijöitä ja ohjelmaideoita täyttämään aiemman kahden lisäksi vielä kolmaskin kanava. ”Mistä löytyy se tekijämäärä näin pienessä maassa? Voiko niillä resursseilla, mitä Kolmostelevisiolle oli annettu, tehdä jotain kunnollista, jota voi todella katsoa? Nimenomaan tämä kotimainen puoli… se huolestutti”, *Helsingin Sanomien* pitkäaikainen tv-toimittaja Marjatta Möttölä on kuvannut alkuvaiheen epäilyjään.[47] Arne Wessberg oli jyrkästi eri mieltä. Hän ei uskonut, että ”kaikki Suomesta löytyvä talentti olisi säilötty Yleen ja MTV:hen”, vaan luotti, että syntyisi ”tuotantoa, josta emme tiedä vielä mitään”.[48]

Luottavaisia olivat myös *Ilta-Sanomien* huhtikuussa 1986 haastattelemat televisiokonkarit, joilla jo oli oma tuotantoyhtiö perustettuna. ”Olen jo joitain ideoita esittänyt”, sanoi MTV:stä yrittäjäksi irrottautunut Jouni Flinkkilä, jonka mielestä teknistä kapasiteettia Yleisradion ja MTV:n ulkopuolella alkoi olla, pulaa sen sijaan oli ideoista. Hän myös muistutti, ettei Kolmoskanava yksinään elättäisi ohjelmantuottajia. Timo T. A. Mikkonen, jonka TTAM Media Ky oli tehnyt ohjelmia aiemmin muun muassa MTV:lle, ilmoittautui halukkaaksi tekemään sarjamuotoista ajankohtaisohjelmaa ja piti kotimaisiin ohjelmatilauksiin kaavailtua 25 miljoonan markan summaa kohtuullisena. Myös Crea Videon Matti Kyllöstä tulevan kanavan urheiluohjelmisto kiinnosti mutta hintataso arvelutti.[49]

Kolmoskanavan koko viestintä- ja kulttuuripoliittinen perustelu nojasi paitsi ylikansallisten satelliittikanavien torjumiseen ennen muuta kotimaisen ohjelmatuotannon edistämiseen ja sen rakenteiden monipuolistamiseen. Sitä päämäärää korosti myös liikenneministeri Matti Luttinen puhuessaan kanavan ensi-illassa: ”Voin vain todeta, että kolmoskanava tulee olemaan toiminnan vakinaistuttua ainoa kansallinen tv-hanke, joka selvästi lisää kotimaisen ohjelmatuotannon määrää.”[50]





Kun turkulaiset saivat Kolmosen nähtävilleen marraskuussa 1987, tv-lehti Katso julkaisi erikoisnumeron sen ohjelmistosta. Kansikuvaan pääsivät Timo T. A. Mikkonen ja toimittaja Pirjo Kauppinen.

Kun pääkaupunkiseudun näkyvyysalue laajeni ja myös lahtelaiset pääsivät Kolmoskanavan katsojiksi elokuussa 1988, Katson erikoisnumeron kanteen nousivat koomikko Spede Pasanen ja näyttelijä Hannele Lauri.

Kiinnostuneita ulkopuolisia tuotantoyhtiöitä ja niiden ideoita oli ryhdytty keräämään jo ennen toimiluvan myöntämistä, kevättalvella 1986. Syyskuussa Paavela saattoi kertoa ”kiven pudonneen sydämeltä”, kun MTV:hen oli kertynyt yli 90 kotimaista ohjelmaehdotusta kaikkiaan 34:ltä eri tuottajalta. ”Monet ehdotusten tekijät haluavat uudesta kanavasta rohkeampaa, iloisempaa ja rämäkämpää kuin nykyiset vaihtoehdot.”[51] Ohjelmajohtaja Tauno Äijälä kuvasi tarjousten määrää ja laatua tyydyttäväksi: ”Uusia tekijöitä ja tekijäkokoonpanoja on syntynyt. – – Alihankintakenttä on vahvistumassa.” Hänen mukaansa jo ehdotusten perusteella voitiin olla ”varmoja siitä, että käynnistymisvaiheessa ohjelmakirjo on monipuolinen ja uusia osaajia esiintuova”.[52] Niiden pohjalta ja ulkomaisilla hankinnoilla täydennettynä Äijälä ryhtyi jo hahmottelemaan kanavan ensimmäistä varsinaista ohjelmakaaviota syksyksi 1987.

Ensimmäiset kotimaisia ohjelmia koskevat tuotantosopimuspäätökset Kolmostelevision hallitus teki joulukuussa 1986. Kaikkiaan 17 tuotantoyhtiötä sai Tauno

Äijälältä myönteisen vastauksen, jossa luvattiin ”jatkoneuvotteluja”. Vielä useampi, 19 firmaa, sai kirjeen, jossa pahoiteltiin, että ”esittämäänne ohjelmaideaa ei valittu ensimmäisten kuukausien ohjelmistoon”. Jälkimmäinenkin kirje jätti oven auki ja lupasi Kolmostelevision pitävän ”kiinteää yhteyttä maan kaikkiin alihankintayhtiöihin” ja pyrkivän kehittämään ohjelmistoa ”mahdollisimman laajan tekijäjoukon kanssa”. Ensimmäisten käynnistettyjen hankkeiden joukossa olivat FantasiaFilmi Oy:ltä tilattu 12-osainen nuorisosarja, VipVision Oy:n päivittäisvisailu sekä Provision Oy:n viihteellinen ajankohtaisohjelma.[53] Nämä kaikki toteutuivat aikoinaan, kun Tapio Suomisen ohjaama *Kasvu*, eri paikkakunnilla kuvattu *Kolmosvisa* ja Ere Kokkosen juontama julkkisohjelma *Vierasta viedään* tulivat ruutuihin.

Koska kolmoskanavalle harkittiin myös uutisia, puuhamiehet saivat niitä koskevia tarjouksia muun muassa Suomen Tietotoimistolta. Mutta jo kesällä 1986 pääomistajien kesken vahvistui näkemys, että jos uutiset tehdään, ne tehdään Yleisradion ja MTV:n omin voimin. Äijälä perusteli: ”Molemmilla on valmiit uutistoimitukset. Uutisten saaminen hoituisi töiden uudelleenjärjestelyillä yhtiöissä.” Emoyhtiöiden uutistoimitusten tekemien tarjousten jälkeen tultiin toukokuussa 1987 kuitenkin siihen tulokseen, että uutiset tulisivat liian kalliiksi. Sen sijaan Kolmonen toisi ruutuun päivittäisen ajankohtaismakasiinin. Sitä kehittelemään oli palkattu jo talvella Timo T. A. Mikkonen. Sittemmin hänen ideoimansa ”kotiintulo-ohjelma” sai nimekseen *Tänään tässä ja nyt*, ja siitä tuli Kolmosen alkuvaiheen kenties puhutuin ohjelma.[54]

Pääosan käynnistysvaiheen ulkomaisista ohjelmista hankki Tauno Äijälä. Lokakuussa 1986 hän kävi sekä Lontoossa että MIPCOM-festivaaleilla Cannesissa. Suuret Hollywood-yhtiöt olivat samana keväänä korottaneet Suomen ohjelmatuntihintaa 1 850 dollarista 2 200 dollariin ja ilmoittaneet lokakuussa, etteivät myöntäisi Kolmoskanavalle alennuksia. Pienemmät yhtiöt sen sijaan ymmärsivät aloittavan kanavan pulmia ja myivät Äijälälle sarjoja jopa 1 000 dollarin tuntihinnalla. Kaikkiaan näiltä kahdelta matkalta Kolmosen haaviin kertyi 317 tuntia sarjoja ja 146 elokuvaa yhdeksältä eri myyjältä sekä tukku optioita. Sarjojen keskihinnaksi tuli 1 735 dollaria tunnilta ja elokuvien keskihinnaksi 3 108 dollaria kappaleelta – lähes kaksituhatta dollaria vähemmän kuin Wessberg ja Paavela olivat maksaneet kanavan ensimmäisistä elokuvahankinnoista.[55]

TÄNÄÄN TÄYDELTÄ LAIDALTA

Kolmoskanavan varsinainen lähtölaukaus oli tiistaina 1. syyskuuta 1987. Ensimmäistä kertaa Suomessa televisiokanava markkinoi itseään näkyvällä mainoskampanjalla, joka näkyi muun muassa koko sivun ilmoituksina *Helsingin Sanomissa*,

Aamulehdessä ja *Ilta-Sanomissa*: "Tänään täydeltä laidalta", julisti mainos ja kehotti virittämään kolmoskanavalle joka päivä jo kello 16.30. "Kolmonen viihdyttää kun vakava väsyttää."

Aivan kuten kokeilulähetysten alkaessa, nytkin yhtiö järjesti ensi-iltajuhlan. Joulukuussa tilaisuus oli pidetty vaatimattomasti helsinkiläisessä ravintola Mikadossa, jonne oli kutsuttu televisioväkeä, päättäjiä ja mainostajia. Varsinainen ensi-ilta yhdeksän kuukautta myöhemmin oli astetta juhlallisempi. Nyt paikaksi oli valittu Helsingin yliopiston juhlasali ja muodoksi konsertti. Orkesterina oli kansainvälisessä nousukiidossa jo olevan Esa-Pekka Salosen johtama Avanti! Juhlapuhujana piti kuultaman uutta liikenneministeriä Pekka Vennamoa, mutta hänet korvasi ministeriön kansliapäällikkö Juhani Korpela. Puheessaan hän pani syksyn ohjelmakartan perusteella tyytyväisenä merkille, että "20 %:n kotimaisuustavoite tullaan selvästi ylittämään".[56] Omassa avauspuheessaan toimitusjohtaja Heikki Lehmusto luetteli Kolmoskanavan "henkiset perusperiaatteet":[57]

1. katsojan kunnioittaminen
2. kotimaisen rohkean yrittämisen kannustaminen
3. kansainvälisten trendien ennakointi
4. asiallisuuden, ajankohtaisuuden ja viihteellisyyden kolmiyhteys
5. luovan yksilöllisen vapauden salliminen
6. elokuvakulttuurin esilläpito
7. terve liiketaloudellinen ajattelu.

Kaikki periaatteet sivusivat tavalla tai toisella ohjelmistoa. Kaupallisen television toimintaperiaatteita korostivat pyrkimys heijastella katsojien toiveita ja kansainvälisiä virtauksia sekä yrittämisen kannustaminen ja liiketaloudellinen ajattelu. Toisaalta julkiseen palveluun Kolmosen kytki puhe "asiallisuuden, ajankohtaisuuden ja viihteen kolmiyhteydestä". Kanavan erikoisominaisuuksiin pääkanavia vapaampana foorumina viittasi puolestaan elokuvakulttuurin vaaliminen ja yksilöllisen vapauden korostus. Näin Kolmosen arvot kumarsivat hyvin eri suuntiin, mikä vastasi erinomaisesti kanavan ristiriitaista asemaa julkisen ja kaupallisen television välimuotona.

Sekarotuisena näyttäytyi myös Kolmonen avausillan ohjelmistossaan, joka oli sekoitus upouutta tv-ajattelua ja taaksepäin katsovaa nostalgiaa. Siinä oli populistista kaupallisuutta ja ripaus elitististä julkista palvelua. Nostalgiaa edusti toimitusjohtaja Lehmuston ja ohjaaja Ere Kokkosen avajaislähetyksen emännäksi houkuttelema kuuluttajalegenda Teija Sopanen, joka vuonna 1957 oli ollut avaamassa myös Suomen Television lähetyksiä. "Tunnelma oli juhlallinen, kun koko Suomen kansan Teija kuulutti Kolmoskanavan ohjelmatoiminnan alkaneeksi", muistaa stu-

diossa kameran takana kyynelehtinyt Kokkonen. Kanavan alkuaikojen käytäntö oli pyytää illan isännäksi tai emännäksi joka päivä uusi ruutukasvo, joka juonsi ohjelmaa ja jututti omia vieraitaan. Perinteisen kuuluttajan korvanneet julkkisvieraat hankki Ere Kokkonen, mutta jo vajaassa vuodessa kiinnostavat henkilöt alkoivat ehtyä. Seuraavana syksynä ruutuun ilmestyivät pelkillä äänillään esiintyneet nimimerkit: riparuudut ja kaisakanavat.[58]

Uutta televisioajattelua edusti jo avauksena nähty ajankohtaismakasiini *Tänään tässä ja nyt* eli *TTN*. Timo T. A. Mikkosen luotsaaman ohjelman oli määrä alkaa jokaisena arkipäivänä puoli viideltä ja poiketa Yleisradion virallisenoloisista ajankohtaisohjelmista. Sen MTV:stä tai paikallisradioista oppinsa ammentaneet toimittajat Eija Aatela, Kristiina Damström, Juha-Veli Jokinen ja Pirjo Kauppinen yrittivät esiintyä rennosti ja ilman papereita, vaikka jo ensimmäisessä lähetyksessä kameran vieressä oleva lukulaite takelteli. Vieraatkin olivat ajankohtaisohjelmalle uudenlaisia: ruotsalainen formulakuski Stefan Johansson, juoksijasuuruus Lasse Virén ja yliopiston juhlasalista Pursimiehenkadun TTN-studioon rientänyt Heikki Lehmusto. Neljäs vieras, eduskunnan puhemies Matti Ahde, olisi kelvannut *A-studioonkin*. Haastattelujen ja juontojen tyyliä ei haettu perinteisestä uutismediasta vaan pikemminkin iltapäivälehdistä, josta myös aiheet olivat peräisin. Uutiset olivat virkkeen mittaisia, ja niitä toisteltiin puolitoistatuntisen ohjelman kuluessa moneen kertaan. Mikkonen selitti näkemyksensä ohjelman tyylistä: ”Teemme modernia ajankohtaisohjelmaa. Katsojat vaihtuvat, uusia tulee mukaan ja osa poistuu muihin toimiin kesken lähetyksen. – – Ei sitä ole tarkoitettu katsottavaksi alusta loppuun.”[59]

TTN jakautui kahteen osaan. Puoli kuudelta lähetyksen katkaisi puoleksi tunniksi *Cocko-Looro*, nuoriso-ohjelma, joka sisälsi myös musiikkivideoita. Sitä veti DJ:nä ja radioäänenä tunnettu Black Mike. Puoli seitsemältä saatiin nostalgia-annos 1960-luvulla tuotettua *Batman*-sarjaa, ja seitsemältä alkoi saksalaissarja *Poliisipiiri*, jossa seurattiin hampurilaisen poliisipartion arkea. Kello 20 nähtiin puolituntinen kooste Montreux’ssä nauhoitetusta konsertista, jossa esiintyivät muun muassa Whitney Houston ja Duran Duran. Puoli yhdeksältä Kolmonen haastoi Yleisradion pääuutiset tarjoamalla vanhoja piirrosfilmejä, *Tom ja Jerryjä*. Kello 21 alkoi Reijo Salmisen juontama *Kolmosvisa*, joka lähetettiin Valkeakoskelta. Jos Mikkosen tabloiditelevisio ja jokailtaiseksi tarkoitettu visailu edustivat Kolmosen populistista päätä, elitistisen jälkimaun jätti illan päättänyt Michael Powellin ja Emeric Pressburgerin elokuvaklassikko *Punaiset kengät* (1948), jonka esitteli asiantuntevasti Peter von Bagh. Elokuvan alkuun von Bagh oli hankkinut Sodankylän elokuvajuhlilta Powellilta lyhyen tervehdyksen uuden kanavan katsojille.

Ensi-ilta sisälsi oikeastaan kaikki ne ainekset, joista Kolmonen oli määräkin rakentaa: kevyttä asiaa, sarjafilmejä ja piirrettyjä, visailuja, viihdettä ja elokuvia. Vain urheilu puuttui avaustiistain annista, jota Jukka Kajava arvioi ”samantekeväksi” ja

Timo T. A. Mikkosen Tänään, tässä ja nyt -ohjelmaa tehtiin Crea Videon studioilla Helsingin Pursimiehenkadulla. Mikkonen oli yksi niistä kokeneista tv-nimistä, jotka ryhtyivät Kolmosen ohjelmantuottajiksi.
Kuva: Erkki Raskinen / HS-arkisto



koko kanavaa sen perusteella television ”uudeksi kaatopaikaksi”. Mikkosen iltapäiväohjelman idea oli Kajavan mielestä ”kopioitu amerikkalaisista aamuohjelmista” tunnelmaa myöten: ”Ollaan tapaavinaan runsaasti ihmisiä, jututetaan heitä ja pidetään huolta, ettei kukaan lausu mitään sellaista, mistä ei olisi tullut fraasia jo noin kymmenen vuotta sitten.” Yhtään lempeämpi ei ollut *Aamulehden* Marja Sjöberg: ”Timo T. A. Mikkosen ohjelma turvautui toistoon, julkeaan omakehuun ja ulkomaisten uutistoimistojen antiin, sitähän riittää. – – Vieraiden kanssa jutustelussa ei ollut asiallisen asian poikastakaan. – – Hyvästi tv-journalismi.” *Suomen Sosialidemokraatin* Heikki Peltonen ymmärsi, että kanavan oli tarkoituskin näyttää kaupalliselta, mutta ihmetteli, miksi se Sopasineen, Mikkosineen ja Batmaneineen nojasi ”60-luvun ja 70-luvun resepteihin”. *Filmihullu*-lehden kriitikot moittivat uuden kanavan ”halpuuden ideologiaa”. Se näkyi heidän mielestään etenkin sarjaohjelmistossa, joka näytti olevan peräisin ”televisiomarkkinoiden alennusmyynneistä”. Aivan erikseen he ilkkuivat *TTN:n* ”halpisuutisia”. Niiden välitön ja empaattinen tunnelma ilmensikin viime kädessä ”iloista tietämättömyyttä” ja välinpitämättömyyttä, joiden voimalla ”jokainen uutissähke luetaan samalla iloisella nuotilla, joka antaa ymmärtää että voimme huoletta unohtaa sanotun heti seuraavassa hetkessä”.[60]

Samalla viikolla, jolloin Kolmonen ampui ensimmäisen täyslaidallisensa, Yleisradio oli kutsunut amerikkalaisen mediaekologian professorin Neil Postmanin Suomeen puhumaan. Postman tunnettiin juuri suomennetusta kirjastaan *Huvitamme itsemme hengiltä,* jonka pääviesti oli television tyhmentävä ja julkista keskustelua tuhoava vaikutus.[61] *Ilta-Sanomien* Teppo Turkki näkikin linkin Kolmosen käynnistämisen ja viestintägurun vierailun välillä: ”Kolmoskanava on Neil Postmanin maalailema pelottava amerikkalaismallinen kaupallinen televisiokanava, jonka tehtävä on kerätä katsojia, mainostajia ja rahaa. – – Sen kevyt, mitäänsanomaton, läpeensä viihteellinen ja kiva ohjelmisto on juuri sitä mikä Suomessa tänään kansalle kolisee. Kokoomus on saanut oman kanavansa.”[62]

TELEVISION UUSI AIKA

Vaikka myös Kolmostelevision varsinaisen ensi-illan maku oli kriitikoiden mielestä laimea, sen merkitystä ei ole syytä sivuuttaa. Kyseessä oli ensimmäinen varovainen askel kohti kilpailun aikakautta suomalaisessa televisiotoiminnassa. Yleisradion monopoli oli nyt murrettu ja *kanavakilpailu* käynnistynyt. ”Kanavilla ’surffailu’ ja omien herkkupalojen etsiminen varmasti lisääntyy, kun vaihtoehtoja on kerran tarjolla”, *Suomen Sosialidemokraatin* pääkirjoitus uumoili.[63]

Jo kokeilukaudella elokuvat ajoivat useimpina iltoina Yleisradion pääuutislähetyksen päälle, mutta kiusa oli pieni, koska kanavan näkyvyysalue oli rajallinen

ja katsojakunta pieni. Nyt Kolmosen vaikutusalue oli tuntuvasti suurempi, ja sen ohjelmisto haastoi TV1:n ja TV2:n tarjonnan joka ilta. ”Kellot soivat kansalliselle uutishartaudelle”, *Helsingin Sanomien* pääkirjoitustoimittaja Risto Uimonen havaitsi ensi-illan aattona, vaikkei kolmoskanava vielä tosissaan tohtinutkaan omistajiaan haastaa.[64] Pääuutislähetys näkyi molemmilla pääkanavilla yhtä aikaa vuoteen 1990 asti, ja piirrettyjen pyörittäminen kolmannella vasta muistutti siitä, että kevytvaihtoehto oli olemassa. Kolmoskanava tiesi, mitä se mainosti: ”Kolmonen on uusi vaihtoehto tutuille TV-ohjelmille koko illan.”[65]

Kolmosta ei myöskään sitonut sama vakava asiallisuus kuin pääkanavia, mistä esimerkin tarjosi juuri *TTN:n* tapa kuitata isotkin uutiset parilla virkkeellä ja kuvavälähdyksellä. Sen ei tarvinnut selostaa eduskuntakeskustelua puun kantohintajärjestelmästä, vaan se saattoi poimia kiinnostavia puheenaiheita iltapäivälehtien tapaan. ”Rentoudesta on tullut Kolmoskanavan tavaramerkki”, *Katso*-lehti kommentoi.[66] Rockradion ja paikallisradioiden on sanottu muuttaneen radiopuheen koodia epämuodollisemmaksi verrattuna perinteiseen yleisradiopuheeseen.[67] Kolmosen voisi väittää tehneen saman televisiopuheelle. Ruudussa esiintyvien toimittajien ammattikuvaan oli kuulunut vakavuus, mutta nyt ryppyotsainen valistus sai antaa tilaa ”hymyilevälle toimittajalle”, joka ei enää edustanut valtiota eikä puhunut kansalaisille, vaan oli kuin yksi meistä ja puhui meille, yleisölle milloin tuttavallisesti, milloin räväkkyyttä tavoitellen. Se alkoi muuttaa käsityksiämme siitä, mitä, kuka ja miten televisiossa sai puhua. Kolmostelevisio kiihdytti television liukumista korkeakulttuurin, sivistyksen ja merkkihenkilöiden maailmasta kohti populaarikulttuurin, viihteen ja julkkisten maailmaa. [68]

Kolmoselta edellytettiin monipuolisuutta, mutta suoranaisia velvoitteita esimerkiksi asia- ja kulttuuriohjelmien näyttämiseen sillä ei ollut. Jos se päätti niitä katsojilleen tarjota, se tapahtui siksi, että se toivoi tavoittavansa niillä jonkin mainostajille otollisen yleisöryhmän. Kolmostelevision tavoite oli *avoimen kaupallinen*: ohjelmiston oli Lehmuston mukaan oltava ”kiinnostavaa ja haluttavaa” ja ”niin korkeatasoista, että se tyydyttää katsojakunnan ja myös mainostajien tarpeet”.[69] Aiemmin samaan oli saattanut pyrkiä vain MTV, mutta paljon rajallisemmissa puitteissa. Vasta Kolmostelevisiolla oli kokonainen kanava käytössään vain sitä varten, että se voisi palvella hymyssä suin katsojiensa mielihaluja. Jarmo Porola, yksi Kolmosen alihankkijoista, kuvasi muutosta seuraavasti: ”Kolmoskanava tarjoaa sitä, mitä katsojat haluavat. Muunlaista ohjelmaa tässä maassa onkin jo riittävästi.”[70]

Kolmosen tehtävä oli houkutella katsojia ja sitä kautta mainostajia. Seuraavissa luvuissa tutkitaan sitä, miten se siinä menetteli ja onnistui.

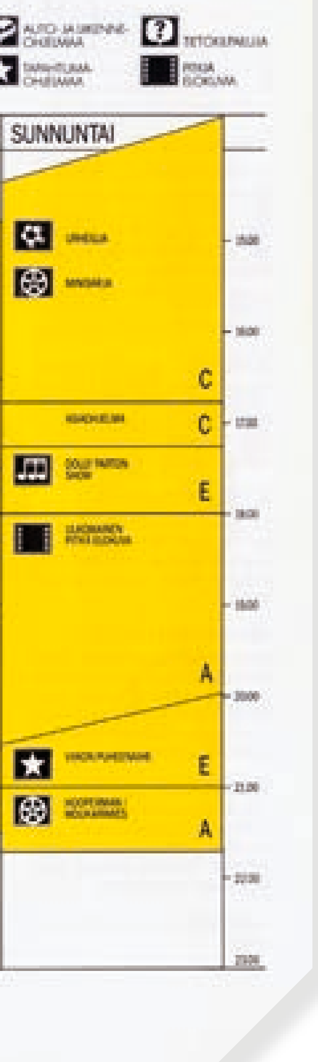
OHJELMASIJOITTELUN TAIDE

Kolmoskanavasta suunniteltiin alun alkaen kanavaa, jonka ohjelmakaavio olisi mahdollisimman vakioitu ja siten helppo muistaa. Kolmonen oli ensimmäinen suomalainen televisiokanava, joka sovelsi määrätietoisesti sekä ohjelmiston sarjoittamista että blokkiajattelua ja tarjosi lisäksi päivittäisiä vakio-ohjelmia, jotka antoivat ryhtiä ohjelmistolle ja pyrkivät rytmittämään katsojien ajankäyttöä. Yleisradion ja MTV:n tarjonnassa ainoita runko-ohjelmia olivat oikeastaan uutiset. Toimitusjohtaja Heikki Lehmuston mukaan yhdessä mainostoimistojen kanssa mietitty tavoite oli luoda ohjelmakaavio, joka jäisi ”ihmisten päähän kuin koulun lukujärjestys”.[71] Liian lujasti Kolmonen ei kuitenkaan näihin ohjelmasijoittelun taktiikoihin lukkiutunut, koska silloisessa kilpailutilanteessa se ei ollut vielä tarpeen. ”Silloin kun eletään kahden tai kolmen kanavan maailmaa, sille [vakioiduille ohjelmablokeille] ei ole vielä niin suurta tarvetta. Ihmiset vielä löytävät jutut. Mitä enemmän on kanavia, sitä suurempi apu palkittamisesta on. Ihmiset oppivat löytämään tiettyyn aikaan tiettyjä ohjelmia”, Lehmusto selittää Kolmosen ratkaisuja.[72]

Kolmosella oli vastassaan kaksi lukuisten kompromissien tuloksena koostettua kanavaa. TV1:n ja TV2:n ohjelmarakennetta sekoittivat vaihtelevasti Yleisradion ohjelmien lomaan pilkotut MTV:n ohjelmapaikat. MTV:llä oli vakiintuneita slotteja TV1:ssä muun muassa maanantain keski- ja loppuillassa (sarjoja ja ulkomainen pitkä elokuva), keskiviikon loppuillassa (ulkomaisia sarjoja), torstain alkuillassa (ulkomaisia sarjoja), perjantain keski-illassa (kotimaista viihdettä ja sarjoja), lauantain alku- ja loppuillassa (kotimaista viihdettä, ulkomaisia sarjoja) sekä sunnuntain alku- ja loppuillassa (palveluohjelmia, ulkomaisia sarjoja). TV2:ssa MTV:n ohjelmapaikkoja oli tuntuvasti vähemmän, ja niistä tärkein oli keskiviikon keski-illas-



Kolmoskanavan syksyn 1987 alustava ohjelmakartta. Erityyppiset ohjelmat oli merkitty kaavioon erilaisilla symboleilla: ajankohtaisohjelma maapallolla, sarjafilmit filmikelalla ja lastenohjelmat nallella.



sa (ulkomaisia sarjoja). Lisäksi Yleisradion ohjelmasijoittelua rajoittivat ruotsinkielisen FST:n slotit maanantaina TV2:ssa ja tiistaina TV1:ssä.

Aivan omin päin Kolmonen ei ohjelmistoaan voinut rakentaa. Ensinnäkin kanavan alustava ohjelmasuunnittelu samoin kuin myynti oli annettu MTV:n vastuulle.[73] Toiseksi kausisuunnitelmat hyväksyttiin muodollisesti Yleisradion hallintoneuvostossa ja käytännössä television ohjelmaneuvostossa. Ohjelmien sijoittamisesta ohjelmistoon vastasi viime kädessä koordinaatiotoimikunta, jota johti Yleisradion ohjelmapäällikkö.

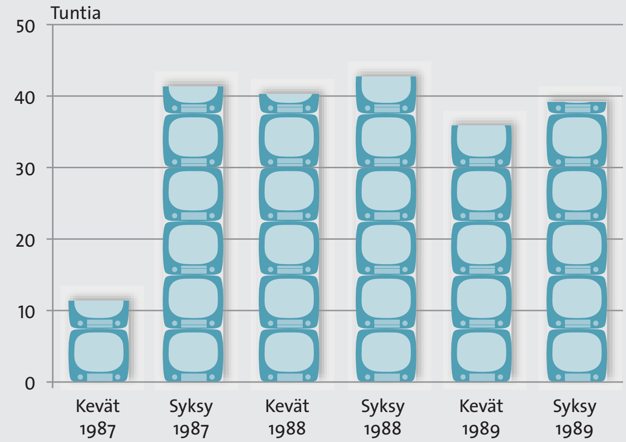
Yleisradiolla ja MTV:llä oli vuosikymmenten kokemus keskinäisestä koordinaatiosta ja ohjelmapaikkoja koskevista erimielisyyksistä. Nyt Kolmostelevisio tuli uutena tulokkaana mukaan neuvottelupöytään. Alkujaan koordinaatiotoimikunta oli kokoontunut kahden viikon välein, mutta Kolmostelevisio esitteli yleensä koordinoitavaksi vain kausisuunnitelmansa, eli sen kohdalla tiukasta koordinaatiosta lipsuttiin. Aina kauden alussa se joutui kuitenkin odottamaan Yleisradion ja MTV:n ohjelmistosuunnitelmien valmistumista ja esittelemään omansa vasta sen jälkeen. Päällekkäisyyksiä Kolmosen oli määrä välttää. ”Jos ykkösellä tulee sarja naisille, tulee meillä jännityssarja miehille”, Seppälä kuvasi sijoittelustrategiaa. Koordinaatio-ongelmia ei kuitenkaan juuri ilmennyt, sillä kanava haki tietoisesti jokaiselle ohjelmapaikalle jotain muuta kuin pääkanavat.[74]

Omat rajansa ohjelmakaavion kehittelylle asettivat myös ohjelma-aika ja voimavarat. Vaikka Kolmonen syksyllä 1987 venytti keskimääräisen päivittäisen lähetysaikansa liki kuuteen tuntiin, se keskittyi nimenomaan alku- ja keski-iltaan. Maanantaisin, keskiviikkoisin ja viikonloppuisin se jätti myöhäisillan kokonaan pääkanavien keskinäiseksi taistelukentäksi. Talousvaikeuksista kielii se, että kevätkaudella 1989 Kolmonen joutui leikkaamaan ohjelmistoaan peräti kuudenneksella, jolloin etenkin viikonlopputarjonta lyheni alkupäästä. Jo seuraavana syksynä viikoittainen lähetysaika palasi noin 40 tuntiin. (Kuvio 7.) ”Käytettävissä olevat resurssit olivat todella pienet suhteessa siihen, että halusimme olla ’koko illan ilo.’”[75]

OHJELMAKAAVIO KILPAILUKEINONA

Ohjelmiston moninaisuus ja lajikirjo ovat television alkuperäinen ominaispiirre, jonka se osittain kopioi radiolta ja kehitti omiin tarpeisiinsa luomalla omia ohjelmatyyppejään. Televisioillan tarjonta koostui erityyppisistä ohjelmista, joiden oletettiin täyttävän erilaisia tarpeita ja mieltymyksiä sekä myös vetävän erilaisia katselijoita. Tiedonnälkään oli tarjolla uutisia ja dokumenttielokuvia, sivistystarpeisiin

Kuvio 7 **Kolmoskanavan viikoittaisen ohjelma-ajan kehitys 1987–1989 (tuntia)**



Lähde: Laskettu tutkimuksen otosviikkojen (6, 7, 42 ja 43) perusteella *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistoista.

opetusohjelmia, draaman nälkään televisionäytelmiä ja elokuvia, viihtymiseen musiikkia ja viihdettä. Lapsille tarjottiin lastenohjelmia, urheiluhulluille urheilukilpailuja. Television ohjelmisto muodostuu eri ohjelmatyyppien sekoituksesta. Sekoitussuhteet kuitenkin vaihtelevat riippuen viestintäjärjestelmästä, kanavan rahoituksesta, yleisömäärästä ja kanavan toiminnalle asetetuista ehdoista.

Kuten John Ellis selittää, "television oli määrä miellyttää joka hetki joitakin katsojia, mutta ei kaikkia koko ajan". Tämän toteuttamiseksi televisio-ohjelmistoja on aina ja kaikkialla koottu ohjelmakaavioiksi, joiden arkkitehtuuria koskevia sääntöjä ja käytäntöjä kutsutaan ohjelmasijoitteluksi (englanniksi *scheduling*). Ohjelmat toimivat sijoittelun rakennuspaloina. Niitä eri tavoin pinoamalla, lomittamalla, rytmittämällä ja tasapainottamalla voidaan luoda aivan erilaisia televisio-ohjelmistoja. Sijoittelun avulla voidaan ohjailla paitsi ohjelmien myös katsojien ja mainostajien virtaa. Ohjelmatyyppien peräkkäisellä sijoittelulla televisiokanavan ohjelmiston suunnittelijat rakentavat "yksittäisistä ohjelmista yhden illan ohjelmavirran, yksittäisistä illoista kokonaisen viikon, viikoista kauden ja kausista kokonaisen televisiovuoden".[76]

Alun perin ohjelmakaaviot vain syntyivät. Ne perustuivat vaistonvaraiseen ohjelmien sijoitteluun, yrityksen ja erehdyksen menetelmään. Niukkuuden aikakaudella televisio oli olemukseltaan tarjontalähtöinen, jolloin ohjelmisto perustui

lähinnä siihen, mitä televisioyhtiön tai -kanavan palkkaamat toimittajat, käsikirjoittajat ja ohjaajat olivat tehneet. Yleisön oletettiin katsovan ne joka tapauksessa. Käytössä olevat ohjelmat vain sijoitettiin sopiviin paikkoihin, ja lopputulokseksi saatiin ohjelmakaavio, jossa säännöllisesti toistuvien elementtien osuus oli varsin rajallinen ja yksittäisten ei-sarjamuotoisten ohjelmien osuus suuri. Koska television kuitenkin haluttiin sopeutuvan yleisön arkirutiineihin, ohjelmia tarjottiin ennen muuta iltaisin ja niiden vakioisuutta alettiin vähitellen lisätä.[77]

Valinnan aikakaudella alkoi television katselun yksilöllistyminen ja pirstoutuminen, mikä korosti myös ohjelmasijoittelun tehtävää. Televisiosta tuli yhä lisääntyvien vaihtoehtojen taikalaatikko. Ellisin mukaan muutoksen raja kulkee neljän tai viiden kanavan kohdalla. Kahden kolmen televisiokanavan järjestelmässä yleisö nähdään vielä varsin yhdenmukaisena massana, jossa erilaisia makuja ei tarvitse ottaa huomioon – riittää kun kanavat tarjoavat kunakin hetkenä erityyppisiä ohjelmia, jotta ne täydentävät toisiaan. Kun kanavien määrä sitten lisääntyy, käsitys yleisöstä nyansoituu:

> Yleisö nähdään pikemminkin erilaisten vähemmistöjen löyhänä muodostelmana, joka voidaan joko saattaa yhteen tai joista kutakin voidaan lähestyä erikseen. Ohjelmien puhuttelutapa alkaa muuttua vähemmän universaaliksi ja spesifimmäksi. – – Yleisö fragmentoituu. – – Yleisöllä on nyt mahdollisuus valita, eikä mikään ohjelma voi olettaa saavuttavansa sellaista sosiaalista merkitystä kuin vastaavalla ohjelmalla olisi ollut niukkuuden aikakaudella.[78]

Vaikka kanavatarjonta Ellisin kuvaamissa valinnan aikakauden oloissa oli vielä varsin rajallinen, yleisradioyhtiöt alkoivat käyttää sijoittelua aiempaa tietoisemmin siten, että ohjelmia tilattiin ja tehtiin juuri tietyille ohjelmapaikoille, joille haettiin juuri tietynlaista yleisöä. Eri ohjelmapaikkoja saattoi silloin erottaa toisistaan paitsi kellonaika ja kohdeyleisö myös ohjelmabudjetin suuruus ja lajityyppi.

Kaupallisessa televisiossa sijoittelun tehtäväksi tulee ”luoda mainostajille koostumukseltaan sellaisia yleisöjä, jotka parhaiten takaavat mainosten tehon”. Siksi sijoittelu tapahtuu läheisessä yhteistyössä myynti- ja markkinointiosastojen kanssa ja jokaiselle ohjelmapaikalle pyritään osoittamaan yleisökohderyhmä, yleisötavoite ja tuottotavoite. Näin lisätään yleisövirran ja sitä kautta mainostulojen ennustettavuutta. Mitä enemmän kanavia markkinoilla on kilpailemassa katsojien huomiosta, sen tärkeämpi kilpailuväline ohjelmakaavio on. Mitä parempia välineitä televisioyhtiöt saavat käyttöönsä yleisön koostumuksen mittaamiseen, sen suuremman ohjelmapoliittisen merkityksen ohjelmasijoittelu saa.[79] Suomessa 1987 käynnistettyä nykyaikaista tv-mittaritutkimusta voidaankin pitää orastavan valinnan aikakauden merkkinä.

Nimenomaan valinnan aikakaudella, 1980- ja 1990-luvulla, ohjelmakaaviosta tulikin paitsi televisiotoiminnan keskeinen kilpailukeino myös suunnittelun ja johtamisen väline sekä sen aikaisen television ”tärkein valtakeskus”.[80] Kohdeyleisöhakuinen ”kaaviojohtaminen” yleistyikin osapuilleen samanaikaisesti niin julkisen palvelun kuin kaupallisissa televisioyhtiöissä.[81] Ohjelmasijoittelun tehtävän muutos voidaankin kuvata tiivistetysti näin: kun ohjelmakaavio niukkuuden aikakaudella mukaili ohjelmatuotantoa, valinnan aikakaudella kaavio alkoi ohjata tuotantoa. Nyttemmin, yltäkylläisyyden aikakaudella, ohjelmasijoittelun merkitys lienee vähentynyt, koska digitaalisen tallentamisen ja internetin ansiosta kukin katsoja voi rakentaa oman henkilökohtaisen katseluaikataulunsa.

Teoreettisella tasolla ohjelmasijoittelu voidaan jakaa *horisontaaliseen* ja *vertikaaliseen* ohjelmiston rakentamiseen. Ensiksi mainittu tarkoittaa kanavan ohjelmien sijoittamista selväpiirteiseksi rakenteeksi, joka toistuu päivästä päivään, viikosta viikkoon ja jopa vuodesta toiseen. Jälkimmäinen taas tarkoittaa sitä, kuinka kanavan ohjelmavirta kunakin päivänä pyritään rakentamaan tavalla, joka mahdollisimman hyvin takaa halutun suuruisen ja kaltaisen yleisön pysymisen kanavalla.[82]

Horisontaalinen ohjelmasijoittelu tähtää ohjelmiston mahdollisimman suureen vakiointiin, jotta yleisö jo pelkän kellonajan perusteella tietäisi, mitä kanavalta juuri nyt tulee. Sen keskeisiä keinoja ovat

1. ohjelmatarjonnan *sarjoittaminen* (esim. sarjafilmit ja toistuvat otsikko-ohjelmat)
2. päivittäisten vakio-ohjelmien käyttö, eli *stripping* (esim. uutislähetykset, päivittäiset saippuaoopperat ja visailut)
3. päivän ohjelmakaavion roolittaminen *kellonajan* ja *kohdeyleisöjen* mukaan (esim. aamuohjelmisto ja prime time)
4. ohjelmatarjonnan *blokittaminen* eli *palkittaminen* (esim. viihdeohjelmille tai toimintasarjoille vakioaika joka päivä).

Horisontaaliset strategiat ovat usein ensisijaisia, kun uusi televisiokanava käynnistetään. Kanavan ainoa keino tulla tutuksi katsojille on olla helposti hahmotettava. Siksi se merkitsee ohjelmakaavioonsa vakiopaikat uutisille, asiaohjelmille, sarjafilmeille, elokuville, viihdeohjelmille ja niin edelleen. Olisi katsojan kannalta epäselvää esittää joka ilta kello 21 erityyppistä ohjelmaa; paljon helpommin muistettavaa on, jos kanava näyttää silloin säännöllisesti esimerkiksi ulkomaisia sarjafilmejä. Radion puolella puhutaan usein *kanavasaundista*,[83] mutta termiä voi hyvin käyttää myös television kohdalla: kanavasaundi luodaan juuri horisontaalisella ohjelmasijoittelulla. Sijoittelu kertoo, miltä kanava kokonaisuutena näyttää ja kuulostaa ja millaista yleisöä se tavoittelee.

Horisontaaliseen sijoitteluun vaikuttavat televisionkatselun perinteet ja yleisön ajankäytön rakenteet. Siksi aamuohjelmisto on yleensä erilaista kuin iltapäiväohjelmisto ja alkuillan ohjelmisto erilaista kuin parhaan katseluajan tarjonta, yöohjelmistosta puhumattakaan. Television historiassa valtavan merkityksen on saanut prime time, keski-iltaan noin kello 19–22 sijoittuva paras katseluaika, jota etenkin valinnan aikakaudella pidettiin perhekeskeisen katselun painopistealueena ja jonne kanavan tärkeimmät ohjelmistopanostukset sijoitettiin. Parhaana katseluaikana yleisöpiikki on ikään kuin valmiiksi olemassa ja tarjolla; katsojia ei tarvitse erityisesti houkutella kuvaruudun ääreen.[84] Horisontaaliseen sijoitteluun voivat vaikuttaa myös säätelyperiaatteet, jollaisesta hyvä esimerkki Suomessa on kello 21:n vedenjakaja. Sen perusteella ohjelmia, joita ei suositella alle 15-vuotiaille, ei saa esittää televisiossa ennen iltayhdeksää.

Ohjelmakaavio on lukujärjestyksen kaltainen ruudukko, joka jakaa jokaisen viikonpäivän ohjelmiston puolen tunnin mittaisiin ohjelmapaikkoihin, *slotteihin*. Jokaisen päivän jokaiseen slottiin sisältyy oletuksia yleisön käyttäytymisestä ja ajankäytöstä, mikä vaikuttaa siihen, millaista kohdeyleisöä sille on mahdollista tavoitella. Arkisin sama ohjelmapaikka yleensä suunnataan samalle kohdeyleisölle. Siihen millaisella ohjelmalla kukin slotti täytetään, vaikuttavat myös se, mitä kilpailevat kanavat tarjoavat ja millaisia televisionkatseluun liittyviä tottumuksia ajankohtaan liittyy.[85] Esimerkiksi Suomessa kello 20.30 alkavaa ohjelmapaikkaa leimaa vahvasti Yleisradion pääuutislähetys TV1:ssä, mikä pakottaa muut kanavat etsimään vaihtoehtoista tarjontaa.

Vertikaaliset sijoittelustrategiat ovat peräisin yhdysvaltalaisten televisioyhtiöiden keskinäisestä kilpailusta, josta ne ovat vaihtelevissa muodoissa levinneet ympäri maailman. Vertikaalisessa sijoittelussa olennaisia ovat esimerkiksi *risteyskohdat*, tasatunnit ja puolet tunnit, jolloin yleensä kaikkien kanavien ohjelma vaihtuu. Ne ovat hetkiä, jolloin kanava voi saada uusia katsojia mutta myös menettää entiset. Jos kilpailevalla kanavalla alkaa jokin juuri tiettyyn katsojaryhmään vetoava suosittu ohjelma, kilpailija voi reagoida siihen tarjoamalla jotain aivan erityyppistä ja eri segmenttiä puhuttelevaa ohjelmaa tai sitten haastaa sen kilpailemalla samanlaisella ohjelmalla. Edellisessä tapauksessa puhutaan vastaohjelmoinnista (*counterprogramming*), jälkimmäisessä taas rinnakkaisohjelmoinnista (*blunting*). Huippusuosittu ohjelma voi palvella myös veturina, jolla vedetään katsojia sitä seuraavalle ohjelmalle, jolloin puhutaan yleisön perimisestä (*inheritance*). Yksi keino saada yleisö pysymään kanavalla on venyttää ohjelmaa risteyskohdan yli, jolloin kilpailevat ohjelmat ovat jo ehtineet alkaa ennen kuin oma loppuu; tätä kutsutaan silloittamiseksi (*bridging*). Tällaisia yksittäisiä kilpailutaktiikoita alan ammattikirjallisuus ja tutkimus on listannut kymmenittäin.[86]

Euroopassa vertikaalisilla sijoittelustrategioilla ei koskaan ole ollut samanlaista johdonmukaista merkitystä kuin Yhdysvalloissa. Tarvittaessa niitä on kuitenkin sovellettu myös Suomessa. Arjen vakioidulla ohjelmakaaviolla on pärjätty pitkälle. Loogisesti kulkeva katsojavirta ja tarjonnan selkeys on yritetty turvata rakentamalla kaavio uutislähetysten ja eri päiviin ankkuroitujen vakio-ohjelmien varaan, jotka toimivat vetureina muille ohjelmille. Kilpailun maltillisuudesta Suomessa kertoo kuitenkin paljon se, etteivät kanavat vieläkään esimerkiksi lähetä uutislähetyksiä toistensa kanssa päällekkäin.[87]

KOLMOSEN OHJELMAKAAVIO

Koska Kolmosen ohjelmapolitiikka herätti keskustelua heti alusta alkaen, paneudun hieman tarkemmin sen ohjelmiston rakenteeseen. Tarkastelu perustuu kanavan vuosien 1987–1989 kausiohjelmistoesitteisiin sekä niitä täydentäviin viikkojen 6, 7, 42 ja 43 ohjelmalistauksiin, jotka on kerätty *Katso*-lehdistä. Vaikka kanavalle oli asetettu kulttuuripoliittinen velvoite täydentää ykkös- ja kakkoskanavan tarjontaa, olla laadukas ja monipuolinen sekä hankkia ohjelmia kotimaisilta tuottajilta, määräykset olivat varsin yleisluonteisia. Esimerkiksi lajityyppikiintiöitä sille ei ollut määrätty, mutta perussopimuksen mukaisesti sen odotettiin tarjoavan ainakin "urheilu-, elokuva- ja viihdepalveluja".

Toimitusjohtaja Lehmuston linjauksen mukaan kanavan ensimmäisen varsinaisen ohjelmakaavion perusfilosofia nojasi neljään kivijalkaan: (1) katsojien oletettuun käyttäytymiseen ja toiveisiin, (2) koordinaatioon Yleisradion ja MTV:n kaavioiden kesken, (3) mainosmyynnin tarpeisiin sekä (4) ohjelmahankkimisen taloudellisiin ja aikataulullisiin reunaehtoihin. Uudenlaisella "kotiintulo-ohjelmalla" tähdättiin siihen, että "mahdollisimman monessa kodissa televisio avataan kolmoskanavalle". Alkuiltaan, ennen Yleisradion ja MTV:n ohjelmia sijoitettiin nuoriso-ohjelmia, keski-iltaan puolestaan ulkomaisia sarjafilmejä. Tavoitteena oli, että "kolmoskanava on aina erilainen vaihtoehto ykkös- ja kakkoskanavalle". Myöhäisilta rakennettiin kotimaisen kilpailuohjelman ja sen jälkeen seuraavan elokuvan, urheiluohjelman tai muun vastaavan varaan. Ulkomaisen sarjafilmitarjonnan tavoitteena oli maksimoida katsojapeitto, kun taas pitkien elokuvien kohdalla pyrittiin laatuun ja monipuolisuuteen.[88] Koska Kolmosen kuitenkin piti koordinoida ohjelmistoaan omistajiensa kanssa, sillä ei ollut mahdollisuuksia käyttää hyväkseen vertikaalisia sijoittelutekniikoita, vaan se joutui tyytymään horisontaalisiin.

Kolmoskanavan kaavioajattelun perusta oli laskettu jo Yleisradion, MTV:n ja Nokian yhteisissä neuvotteluissa kaksi vuotta aiemmin. Ohjelmajohtaja Tauno Äijälän aivan ensimmäisessä suunnitelmassa kesäkuulta 1985 vakiointi oli jo joh-



Colbyt oli Dynastia-sarjan spin-off, joka tuli Kolmosen ohjelmistoon maaliskuussa 1988 sarjan jo päätyttyä Yhdysvalloissa. Sarjan keskushahmo oli Jason Colbya esittänyt Charlton Heston (keskellä). *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

tavana periaatteena. Ilta olisi alkanut kello kuuden uutislähetyksellä, jota olisivat seuranneet kotimaisen viihteen tai sarjojen, ulkomaisten sarjojen ja päivittäisvisailun blokit, kunnes iltayhdeksältä olisi siirrytty maksulliseen ohjelmistoon.[89] Äijälän yhdessä Yleisradion Lars-Peter Ringbomin kanssa seuraavana syksynä laatimassa mallissa maksu-tv aikaistettiin alkavaksi jo kello 20.30, mutta muuten arjen kaaviorakenne oli täsmälleen sama kuin Äijälän alkuperäisessä hahmotelmassa. Siinäkin korostettiin "selkeitä ja säännöllisiä lähetysaikoja".[90] Viimeisen kerran Äijälä rakenteli Kolmosen kaaviota lokakuussa 1986, pari kuukautta ennen koelähetyksiä. Siinä luonnoksessa eri ohjelmatyyppien paikoille oli jo merkitty hankittujen ja tilattaviksi kaavailtujen sarjojen nimiä.[91]

Kolmosen ensimmäinen toteutunut kaavio perustui nimenomaan vakioituihin blokkeihin, mutta se poikkesi merkittävästi Äijälän ja Ringbomin hahmottelemasta. Eron aiheutti kaksi seikkaa: ensinnäkin maksutelevisiota oli päätetty lykätä, ja toiseksi Kolmostelevisio oli luopunut uutisista. Koska kanava kilpaili omistajiensa kanssa katsojista ja MTV:n kanssa myös mainostajista, sen lähetysten käynnistämistä päädyttiin aikaistamaan kello 16.30:een ja lopetusaikaa – muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta – noin kello 21.30:een. Kolmosen ensimmäinen kaavio oli selkeydessään Suomen oloissa aivan uudenlainen. Viikko-ohjelmisto oli ryhmitelty siistiksi ruudukoksi, jonka yksittäiset ruudut olivat joko puolen tunnin tai tunnin mittaisia.

Arkisin puoli viideltä alkaneen *Tänään tässä ja nyt* -iltapäiväohjelman katkaisi vuoropäivinä puoleksi tunniksi milloin amerikkalainen fantasiakomediasarja *Alf*, milloin lasten animaatiosarja, kuten *He-Man* tai *Pikku Poni*, milloin taas musiikkiohjelma, kuten *Cocko-Looro* tai *Rock Cafe*. Puoli seitsemältä oli vuorossa lyhyt koti- tai ulkomainen sarja, jollaisia ensimmäisenä syksynä olivat *Batman*, Tapio Suomisen ohjaama *Kasvu* ja Ilkka Kylävaaran kirjoittama *Mimmiliiga*. Seitsemältä oli vuorossa ”ulkomainen menestyssarja”: amerikkalaiset draamat *Sairaalan syke*, *Falcon Crest* tai *Dynastia*-sarjan spin-off *Colbyt* sekä saksalaissarja *Poliisipiiri* ja historiallinen brittisarja *Harvey Moonin maailma*. Iltakahdeksan ja iltayhdeksän väli täytettiin joko kahdella puolen tunnin tai yhdellä tunnin mittaisella draamasarjalla, kuten torstaisin nähty lakidraama *L.A. Law*. Uutisten kanssa Kolmonen kilpaili *Tom ja Jerryllä* ja saippuaoopperalla *Rakkaat rikkaat*. Perjantaisin keski-illan täytti puolitoistatuntinen lännensarja *Sheriffi Jim Crown*. Loppuillan aloitti jokailtainen *Kolmosvisa*, jonka jälkeen oli vielä tilaa maanantaisin urheilulähetykselle, tiistaisin elokuvalle ja torstaisin amerikkalaissarjoille, kuten *Murhasta tuli totta* ja *Cover Up – peitetarina*. Koordinaation pelisääntöjen mukaista oli, että Kolmonen vetäytyi keskiviikon ja perjantain myöhäisillasta ja jätti ne YLEn ja MTV:n keskenään kilpailtaviksi.

Viikonloppuisin Kolmonen aloitti tarjontansa jo kello 14:n tienoissa. Lauantaisin se tarjosi aluksi urheilua (*Sporttispurtti*), lastenohjelmia (*Pikku Muppetit*) ja nuorisosarjoja (*Star Trek, Ensiapuosasto*). Sunnuntain iltapäivä oli varattu urheilulähetyksille, esimerkiksi golfille, sekä draamasarjoille, kuten brittiläiselle nostalgiasarjalle *Ashtonin perhe* ja kanadalaisdraamalle *Campbellit*. Iltapäivän päätti molempina päivinä Pekka Laihon ja Matti Pellonpään, kahden näyttelijän, vetämä kapakkavisailu *Annasku mietin*. Sekä lauantain että sunnuntain pääohjelmanumerona oli iltakuudelta alkanut pitkä elokuva, jonka perään vielä nähtiin Ere Kokkosen ja Saila Saarisen vetämä viihteellinen asia- ja keskusteluohjelma *Vierasta viedään*. Sunnuntaisin esitetyn ”elämää suuremman elokuvan” valitsi ja esitteli Peter von Bagh. Lauantaisin Kolmonen sulki ruudun jälleen kokonaan myöhäisillaksi, mut-

ta sunnuntaisin se lähetti yleensä vielä esimerkiksi jääkiekkoa, jota kanava tarjosi alusta alkaen säännöllisesti.

Kolmosen ohjelmakaaviossa erityyppiset ohjelmat oli alusta alkaen merkitty erilaisilla symboleilla. Ajankohtaisohjelman tunnuksena oli maapallo, lastenohjelman symbolina nalle, nuoriso-ohjelmalla puolestaan nalle aurinkolasit päässä. Sarjat merkittiin filmikelalla, kotimainen draama Suomen lipulla, elokuvat filminpätkällä sekä visailut kysymysmerkillä. Lehmuston mukaan kaavion ilme suunniteltiin yhdessä mainostoimisto Konseptin kanssa: "Minä sanoin, että Kolmosen kaavion pitää olla yhtä helppo kuin Lontoon metron kartta. Että ensi silmäyksellä ihminen ymmärtää, mikä on mitäkin."[92]

Mistä oppi kaavion rakentamiseen saatiin? Yleisradio ammensi lainaideansa yleensä Britanniasta ja Ruotsista, mutta kaupallisen television koelaboratoriot löytyivät muualta. Euroopassa kansallisen yleisradioyhtiön monopoli oli rikottu ensimmäisenä Italiassa vuonna 1976, jolloin paikallinen televisiotoiminta siellä vapautettiin. Vuoteen 1984 mennessä Silvio Berlusconin Fininvest-ryhmän onnistui saada käytännöllisesti katsoen kaikki paikalliset tv-asemat haltuunsa ja yhdistää ne kolmeksi kaupalliseksi verkoksi. Heti perään Berlusconi laajensi televisioimperiumiaan Ranskaan ja Espanjaan.[93] Lehmusto kertoo saaneensa vahvistusta Kolmosen kaavioajatteluun juuri Italiasta.

Miten siinä niin kävi? Gruppo Fininvestin Suomen-edustaja oli ottanut häneen yhteyttä keväällä 1987 ja kertonut yhtiön kiinnostuksen päästä Kolmostelevision omistajaksi. Kaupankäyntiin Lehmustolla ei ollut valtuuksia; sen sijaan hän kutsui italialaiset esittelemään kanaviensa toimintaa. "He tulivat ja näyttivät kaavionsa perusperiaatteet. Italiassa on kotirouvat ja nuoriso ja prime time alkaa jo yhden aikaan päivällä. Sieltä tuli erittäin voimakkaasti se, että samaan aikaan kaikkina päivinä samantyyppistä ohjelmaa."[94]

Kolmosen ensimmäisen syksyn ohjelmakartta perustuikin kahteen samalla paikalla päivittäin toistuvaan ohjelmaan ja tiettyjä ohjelmatyyppejä toistaviin blokkeihin. Ensimmäisen kaavion varsinaisella arkkitehdilla ohjelmapäällikkö Heikki Seppälällä on kuitenkin hieman erilainen käsitys kaavion synnystä kuin Lehmustolla. Hänkin kävi Milanossa Fininvestin pakeilla toukokuussa 1987, muttei tunnusta Italian-oppien suoraa vaikutusta. Tultuaan Kolmostelevision palvelukseen huhtikuussa 1987 Seppälä kertoo alkaneensa tietoisesti opiskella kaaviostrategioita: "Ei Suomessa siitä ollut kukaan mitään puhunut. Minä kävin läpi kaikki, mitä kirjastosta löytyi, ja sitten kun kävin ulkomailla, kiersin kirjakauppoja. Jenkeistä löytyi kirjoja, joissa oli suoraan näitä kaaviosuunnittelun oppeja." Äijälän ja Ringbomin alkuperäiset kaaviosuunnitelmat eivät koskaan välittyneet Seppälälle. Koska maksu-tv oli pudonnut laskuista, Seppälä joutui tekemään kaaviosuunnitelmat jokseenkin alusta alkaen uudelleen. Hän myös käynnisti johdonmukaisen ohjel-

maviikkojen rakentamisen, johon ohjelmalinjan väki ei ollut aiemmin ymmärtänyt ryhtyä. ”Tiettyinä alkuviikkojen hetkinä tuntui siltä, että hieman suurempi määrä perinteisen broadcastingin osaamista ei olisi ollut haitaksi.”[95]

Seppälä ryhtyikin ensi töikseen tutkimaan pääkanavien tarjontaa. Heikkoihin kohtiin, kuten FST:n hallitsemaan tiistai-iltaan, hän sijoitti omia vahvoja ohjelmiaan, joille voitaisiin näin saada mahdollisimman suuri yleisö, ja vastaavasti pääkanavien vahvimpien ohjelmien kanssa kilpailemaan pienten kohderyhmien ohjelmia, jolloin voitaisiin tarjota katsojille vaihtoehto. Vaikka Seppäläkin uskoi vakiointiin, blokkeja ei hänen mielestään saanut tehdä liian ehdottomiksi, vaan kaavioon piti jättää tilaa myös pisteohjelmille ja spontaaniudelle. Haastajan oli viisainta osoittaa joustavuutta ja tehdä tarvittaessa muutoksia ohjelmistoonsa. Tiukan blokittamisen esti myös se, että Kolmonen joutui mukautumaan pääkanavien tarjontaan ja välttämään liiallista kilpailua niiden kanssa. Kolmas syy oli se, että syksyn ohjelmisto, joka Seppälän tullessa oli valtaosin jo hankittu tai tilattu, ei välttämättä mahdollistanut tiukkojen blokkien rakentamista. ”Hyvin vakioidun kaavion pyörittäminen tyhjille katsomoille ei ollut vaihtoehto. Oli syytä miettiä muita mahdollisia keinoja saada kanavalle katsojia.”[96]

Näin ollen Kolmonen ei pitänyt johdonmukaisesti kiinni helposti muistettavan perusstruktuurin ihanteesta. Näyttää siltä, että ohjelmien sijoitteluresepti oli myös kaudesta toiseen haussa, mikä muutti paitsi päivittäisten vakio-ohjelmien paikkaa myös konseptia. Syksyllä 1988 *Tänään tässä ja nyt* lyheni ensin tuntiin, kunnes sen kevätkaudella 1989 korvasi edeltäjäänsä uutismaisempi *Tänään*-makasiini – kunnes sekin sai väistyä. Samanlaisen uudelleenarvioinnin kohteeksi joutui myös kanavan toinen tavaramerkkiohjelma, *Kolmosvisa*. Jo keväällä 1988 sen viikoittaiset lähetyskerrat supistuivat viidestä kolmeen, ja syksyllä sen paikka vaihdettiin ensin alkuiltaan, kunnes siitä seuraavana vuonna tehtiin kerran viikossa nähtävä sunnuntai-illan päätösohjelma.

Jo toisena toimintasyksynä Kolmosen kohdalla oli suorastaan vaikea puhua vakioidusta ohjelmakaaviosta siinä merkityksessä, että samantyyppisiä ohjelmia olisi nähty päivästä toiseen samassa järjestyksessä. Sen sijaan viikkotasolla kanavan ohjelmisto oli hyvin pitkälle standardoitua: samat sarjat toistuivat omilla paikoillaan viikosta toiseen. Joka päivälle oli oma lukujärjestyksensä. Myös täysille ja puolille tunneille perustuvasta ruudukkorakenteesta Kolmonen luopui väliaikaisesti. Maanantaisin, tiistaisin ja perjantaisin ohjelma saattoi vaihtua tasan iltaseitsemältä, mutta keskiviikkona vaihto osuikin kello 18.55:een ja torstaina vasta kello 19.30:een. Ruudukkokaaviota rikkomalla kanava saattoi yrittää rakentaa siltoja yli naapurikanavien risteyspaikkojen. Päivittäisellä runko-ohjelmalla, kuten *TTN*, haettiin ns. veturiefektiä, jolla olisi saatu katsojat Kolmoskanavalle ja jäämään sen pariin, mutta ohjelman katsojaluvut eivät riittäneet siihen.[97]

SARJAFILMIEN MAAILMA

Kaupallisen kanavan yleisöhakuisesta perusstrategiasta Kolmonen ei kuitenkaan tinkinyt. Yhtiö keskittyi niihin muutamiin ohjelmatyyppeihin, joita sen toimilupapäätöksessä oli edellytetty tarjoavan ja joilla se uskoi voittavansa suomalaisen katsojakunnan puolelleen: elokuvien lisäksi sarjafilmeihin, asiaviihteeseen, viihteeseen ja urheiluun. Jo Tauno Äijälän hankintamatkoilta lokakuussa 1986 Kolmosen ohjelmistoon tarttui yhteensä 16 sarjaa, joukossa mm. brittiläinen *Harvey Moonin maailma*, sekä amerikkalaissarjat *Falcon Crest*, *Rakkaat rikkaat*, *Murhasta tuli totta* ja *Colbyt* sekä tukku minisarjoja.[98] Joulukuussa sarjahankinnat siirtyivät Arto Kivisen vastuulle, joka seuraavina vuosina kiersi ahkerasti festivaaleilla yhdessä MTV:n filmipäällikön Jorma Sairasen kanssa.

Koko kuusivuotisen toimintansa ajan Kolmoskanavan keski-ilta, iltaseitsemän ja iltakymmenen välinen *prime time*, nojasikin vahvasti sarjafilmeihin. Osa niistä pysyi useita vuosia kanavan ohjelmistossa, kuten amerikkalainen jännityssarja *Murhasta tuli totta*, jossa keski-ikäinen leskirouva kirjoittaa jännityskertomuksia ja ratkoo samalla murhia. Samanlaisia kestosuosikkeja olivat sairaaladraama *Sairaalan syke*, kalifornialaisen viinitilan sukudraama *Falcon Crest* tai losangelesilaiseen lakiasiaintoimistoon sijoittunut *L.A. Law*. Valtaosa sarjatarjonnasta kuitenkin vaihtui taajaan menestyksen ja saatavuuden mukaan. Tämä pätee etenkin komediasarjoihin, kunnes keväällä 1989 ohjelmistoon löytyi Emmy-palkittu *Roseanne*. Muita pidempi-ikäisiä löytöjä olivat toimintakomediat *Hooperman* ja *Moukarimies* sekä nuoria aikuisia tavoitellut *Kolkyt ja risat*, jotka tulivat ohjelmistoon syksyllä 1988. Silloin käynnistyi myös saksalainen draamasarja *Maalaislääkäri*, joka pysyi ohjelmistossa vuosikymmenen loppuun saakka.[99]

Esimerkiksi syksyllä 1987 Kolmoskanavan ohjelmistossa oli peräti 23 sarjaa, enemmän kuin Yleisradiolla ja MTV:llä yhteensä. Vuotta myöhemmin kanavan viikkokaaviossa oli paikka 18 sarjalle ja syksyllä 1989 puolestaan 16 sarjalle.[100] Luvut osoittavat Kolmosen sarjakeskeisyyden laimenneen kausi kaudelta, mutta keskiviikkoa, lauantaita ja sunnuntaita lukuun ottamatta sarjat muodostivat kanavan parhaan katseluajan tarjonnan ytimen koko 1980-luvun ajan. Lisäksi kanava piti tarjolla koko ajan ainakin kahta kotimaista sarjafilmiä, mutta ylivoimainen enemmistö oli amerikkalaistuotantoa.

Sarjoillekin haettiin koko ajan parasta mahdollista ohjelmapaikkaa: kun *Falcon Crest* vakiintui lopulta tiistain alkuillan draama-annokseksi, *L.A. Lawsta* tuli torstain keski-illan päätösnumero. Prime timen jälkeiseen myöhäisiltaan Kolmonen sijoitti sarjoja ainoastaan torstaisin. Pitkäkestoisten sarjojen rinnalle kanava toi ohjelmistoon aktiivisesti myös 4–8 jakson mittaisia minisarjoja, jotka varsinaisista sarjafilmeistä poiketen olivat usein eurooppalaisia tai vaikkapa australialaisia. Mi-



Syksyllä 1987 aloittanut L.A. Law oli Kolmosen alkuvaiheen menestyksekkäin sarja. Jonathan Rollinsia esittänyt Blair Underwood (vas.) ja Stuart Markowitzia esittänyt Michael Tucker olivat keskeisissä rooleissa.
Kuva: MTV3 / HS-arkisto

nisarjoille rakennettiin nimikkopaikat, jotka esimerkiksi kaudella 1988–89 olivat tiistain keski-illassa ja torstain myöhäisillassa.[101]

Kanavan draamasarjoista ehdottomasti maineikkain oli *L.A. Law* – vaikka Jukka Kajava pitikin ohjelmaa ”pelkkänä kuplana”.[102] Vuosina 1986–1994 tuotettu amerikkalaissarja oli Steven Bochcon ja Terry Louise Fisherin luoma ja yksi aikansa suosituimmista Yhdysvalloissa. Menestyksestä kertoo myös se, että *L.A. Law* palkittiin Emmy-palkinnolla peräti neljästi. Sarjan jaksojen juoni kiertyi yhden päähenkilön, avioerojuristi Arnie Beckerin, naisseikkailujen ja niistä juontuvien ihmissuhdekuvioiden ympärille. Toisaalta se perustui mutkikkaaseen sarjakerrontaan, jossa seurattiin kollektiivia ja jossa lukuisia tarinoita kuljetettiin rinnakkain, mikä toi siihen saippuaoopperan aineksia.[103] Samalla kyseessä oli ”työmaailman draama”, joka monien sairaalaan tai poliisiasemalle sijoittuvien sarjojen tapaan seurasi työyhteisöä.[104] Sarja tarttui myös ajankohtaisiin poliittisiin ja yhteiskunnallisiin kysymyksiin, kuten aidsiin, kuolemantuomioon ja rotumellakoihin. Kolmoselle sarjan hankkivat Äijälä ja Sairanen, jotka yleensä ostivat parhaat amerikkalaissarjat MTV:lle. ”Pitihän Kolmoselle saada hyviä sarjoja, ja *L.A. Law* sopii hyvin kaupunkilaisille, joita Kolmosen katsojat ovat suurimmaksi osaksi”, he perustelivat. Syksyllä 1987 sarja olikin Kolmosen katsotuin ohjelma. Se piti suosionsa kuuden vuoden ajan ja periytyi vielä MTV3:n ohjelmistoon.[105]

ELÄMÄÄ SUUREMMAT ELOKUVAT

Erityisen tärkeän sijan Kolmosen ohjelmistossa saivat elokuvat. Niille kanava varasi vakiopaikat aluksi kolmena iltana viikossa, mutta jo syksyllä 1988 elokuvia tarjottiin neljästi viikossa: tiistaisin, keskiviikkoisin, lauantaisin ja sunnuntaisin. Seuraavana vuonna keskiviikon elokuvapaikka vaihdettiin perjantaihin, jolloin Kolmonen sai rakennettua ensimmäisen suomalaisversion "viikonlopun leffaputkesta". Tiistain puoli kymmeneltä alkanutta elokuvaa lukuun ottamatta Kolmosen elokuvapaikat sijaitsivat keski-illassa, ja sunnuntaisin elokuvat alkoivat jo iltakuudelta. Elokuvapaikat oli tiukasti roolitettu: tiistain elokuvat olivat uudehkoja menestysfilmejä, keskiviikon tarjonta painottui nuorisoelokuviin, kun taas lauantaisin tarjottiin koko perheen elokuvia ja sunnuntaisin klassikoita. Elokuvaohjelmiston valinnasta vastasi kevääseen 1990 asti filmitoimittaja Anne Jokelainen.

Elokuvatarjonnan lisääminen olikin yksi Kolmoskanavalle annetuista strategisista tehtävistä. Suomen televisiossa oli totuttu näkemään elokuvia vähän, mutta valikoima oli laadukas, sillä niin Yleisradiolla kuin MTV:llä oli asiantuntevat elokuvatoimitukset.[106] Kanavan oli määrä kilpailla videovuokraamoja vastaan ja tarjota katsojien videolaitteille nauhoitettavaa. Vaikka kokeilukausi oli ollut filmihulluille pettymys, kanavan toiminnan vakiinnuttua kriitikot eivät säästelleet elokuvaohjelmistoa koskevia kehujaan. Esimerkiksi syksyn 1989 elokuvatarjontaa *Katson* arvostelija Tarmo Poussu luonnehti "täysosumaksi": "Sen kirjo ulottuu ikivihreistä klassikoista uusiin suursuosikkeihin ja harvinaisiin tai meillä ennen esittämättömiin löytöihin."[107]

Puhe laajasta kirjosta pitää paikkansa esimerkiksi lajityyppivalikoiman osalta, sillä mukana oli draamaa, komediaa, jännitystä, toimintaa, lännenfilmejä, tieteisseikkailuja – kaikkea, mitä elokuvateollisuus vain keksi tarjota. Kesällä 1989 Kolmonen lähetti jopa sellaisia pehmopornoelokuvia kuin *Näkemiin Emmanuelle* (1978) tai *Lady Chatterleyn rakastaja* (1978). Tiistain myöhäisiltoihin lähelle puoltayötä sijoitetut filmit herättivät keskustelua etenkin iltapäivälehdissä ja sanomalehtien mielipidesivuilla. Valtion elokuvatarkastamon johtaja Jerker A. Eriksson paheksui, että televisiossa näytettiin K-18-merkinnällä varustettuja elokuvia, joita tuoreen lain mukaan ei saanut levittää edes videoina: "Ollaan videolaista sitten mitä mieltä tahansa, mutta kyllä sen henkeä pitäisi kaikkien noudattaa." Wessberg muistutti, ettei videolaki koskenut televisiota, ja Lehmusto lohdutti, että kielletyistä elokuvista näytettiin televisiossa lyhennetyt tai muuten siistityt versiot. Television ohjelmapäivystykseen tulleiden paheksuvien soittojen määrä jäi pariinkymmeneen. Katsojia elokuvilla oli jopa 400 000.[108]

Vielä selvemmin monipuolisuus ilmeni elokuvien ikäjakaumassa (taulukko 9). Jos vuoden 1987 ohjelmisto vielä painottui suhteellisen uusiin elokuviin, 1988 peräti joka kolmas Kolmoskanavan lähettämistä elokuvista oli valmistettu ennen vuotta

Taulukko 9 Kolmosen elokuvatarjonta valmistusajankohdan mukaan 1987–1989 (%)

Valmistusvuosi	1987	1988	1989
1920–1929	0,4	0,5	0,0
1930–1939	2,0	8,5	2,8
1940–1949	13,7	8,5	4,6
1950–1959	4,8	14,3	10,1
1960–1969	5,6	17,5	13,8
1970–1979	31,7	31,7	28,4
1980–1989	41,8	19,0	40,4
Yhteensä	100	100	100
N	249	189	218

Lähde: Luvut laskettu *Elävän kuvan vuosikirjojen* julkaisemista listauksista. Ks. Tuomola 1988; Apunen & Tuomola 1989; Apunen 1990.

Taulukko 10 Kolmosen elokuvatarjonta valmistusmaittain 1987–1989 (%)

Maa	1987	1988	1989
Yhdysvallat	66,7	79,9	78,0
Iso-Britannia	9,6	6,3	7,3
Ranska	6,0	5,8	5,0
Länsi-Saksa	6,0	1,1	0,0
Italia	1,6	3,7	3,2
Suomi	6,8	0,0	0,5
Muut	3,2	3,2	6,0
Yhteensä	100	100	100
N	249	189	218

Lähde: Luvut laskettu *Elävän kuvan vuosikirjojen* julkaisemista listauksista. Ks. Tuomola 1988; Apunen & Tuomola 1989; Apunen 1990.

1960 ja vielä seuraavanakin vuonna melkein joka viides. Kolmosta saattoikin hyvällä syyllä kiittää klassikkokanavaksi, joka mairitteli elokuvan aktiiviharrastajia. Esimerkiksi syksyn 1988 ohjelmistossa olivat sellaiset klassikot kuin Roberto Rossellinin *Rooma – avoin kaupunki* (1945), Fritz Langin *Pyövelitkin kuolevat* (1943), Mark Donskoin *Lapsuuteni* (1938) ja Jean Renoirin *Suuri illuusio* (1937). Vähitellen ohjelmisto kuitenkin nuortui. Vuonna 1988 puolet Kolmosen näyttämistä elokuvista oli valmistunut vuoden 1970 jälkeen, seuraavana vuonna jo enemmän kuin kaksi kolmesta. Klassikkotarjontakin rajautui lähinnä Hollywood-klassikoihin – John Ford, Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick, Billy Wilder – joiden kaikkitietävänä esittelijänä Peter von Bagh jatkoi kevääseen 1990 asti.

Kolmosesta muodostui merkittävä 1970-luvun amerikkalaiselokuvan foorumi, vaikka joukkoon mahtui myös tusinaelokuvia, ”joista ainakin osan olisi voinut huoletta jättää väliin”, kuten *Katson* kriitikko Arto Pajukallio huomautti.[109] Kanava näytti muun muassa Robert Altmanin, Francis Ford Coppolan, Sam Peckinpahin ja Martin Scorsesen keskeisiä varhaisteoksia. Mitä lähemmäs vuosikymmenen loppua tultiin, sen enemmän ohjelmistoon sekoitettiin myös kassamenestyksiä. Nämä tiistai-iltojen menestyselokuvat olivat joko huippukalliisti tuotettuja spektaakkeleita, kuten Steven Spielbergin *Kadonneen aarteen metsästäjät* (1981), George Lucasin *Tähtien sota* (1977) ja Ridley Scottin *Alien – kahdeksas matkustaja* (1979), suosittuja Hollywood-draamoja, kuten Robert Bentonin *Kramer vastaan Kramer* (1979), tai sujuvia toiminta- ja jännityselokuvia, kuten William Friedkinin *Elää ja kuolla L.A.:ssa* (1985), jotka kaikki nähtiin vuoden 1989 aikana. Mutta toi Kolmonen ruutuun myös aivan uusia ohjaajanimiä: esimerkiksi Jim Jarmuschin *Muukalaisten paratiisi* (1984) nähtiin ruudussa helmikuussa 1989.

Jos tarkastellaan elokuvien alkuperää maittain, Kolmosen tarjonta ei enää näytäkään yhtä monipuoliselta. Kun vuonna 1987 amerikkalaisten elokuvien osuus jäi kahteen kolmasosaan, kasvoi se seuraavina vuosina jo lähelle neljää viidesosaa. Muita näkyviä elokuvamaita tarjonnassa olivat Iso-Britannia ja Ranska, joista näytettiin vuosittain 10–20 elokuvaa, yhteensä noin 15 prosenttia kanavan elokuvaohjelmistosta. Kotimaisia elokuvia Kolmonen näytti 1980-luvun kuluessa vain kourallisen, yhteensä 18, joista 17 osui vuoden 1987 koelähetyskauteen. Kaikkiaan kolmen ensimmäisen toimintavuoden aikana kanava ehti näyttää elokuvia 18:sta eri maasta, joukossa eksoottisiakin elokuvamaita, kuten Argentiina, Belgia, Itävalta ja Jamaika. (Taulukko 10.)

Elokuvalla oli Kolmosen ohjelmistossa kuitenkin poikkeuksellisen merkittävä rooli. Vuonna 1987 ne muodostivat jopa neljänneksen sen koko tarjonnasta ja seuraavanakin vuonna vielä 16 prosenttia. Osuus oli tuntuvasti suurempi kuin TV1:ssä ja TV2:ssa.[110] Koska kanavalla ei ollut vuokralaista, ei ruotsinkielisiä ohjelmapaikkoja eikä uutislähetyksiä, ohjelmakaavio saatettiin suorastaan rakentaa elokuva-

paikkojen ympärille. Suomessa ei ole tutkittu, vaikuttiko Kolmosen tulo esimerkiksi elokuvissakäyntiin tai videovuokraukseen, mutta joka tapauksessa kanava lähes kaksinkertaisti television elokuvatarjonnan ja tuli samalla amerikkalaistaneeksi sen. Kun vuonna 1980 amerikkalaiset elokuvat muodostivat kolmanneksen television elokuvaohjelmistosta, niiden osuus nousi vuoteen 1990 mennessä lähes puoleen.[111] Alkuvaiheen "epäkaupallisuus" väistyi nopeasti, ja Kolmoskanava alkoi pohjustaa kaupallisen television tulevaa kehitystä nimenomaan amerikkalaiseen elokuvaan nojaavana foorumina.

ASIAA, VIIHDETTÄ JA ASIAVIIHDETTÄ

Kanavan kaupallista ilmettä tuki myös pyrkimys kehitellä uudentyyppisiä asiaohjelmia, joissa julkkiskulttuuri yhdistyi kulutukseen ja intiimeihin aiheisiin. Kotimaiset asiaohjelmat, samoin kuin viihdeohjelmat, Kolmoselle tilasi ohjelmapäällikkö Heikki Seppälä. Ohjelmien paikka oli tyypillisesti alku- tai keski-illassa. Julkisiakin asioita Kolmonen käsitteli yksityisen kautta. Syksyllä 1988 lanseeratut maanantai-iltojen kontakti- ja palveluohjelmat ovat siitä hyvä esimerkki. Silloin vuorottelivat *Saispa kerran*, joka toteutti katsojien toivomuksia viemällä heitä erilaisiin toivomiinsa paikkoihin, *Yksityisalue*, jossa tutustuttiin julkisuudenhenkilöiden koteihin, sekä ihmissuhdeohjelma *Viha ja rakkaus*, jossa käsiteltiin lähinnä seksuaalisia ongelmia. Ensin mainittua juonsi mannekiinina tunnettu Anna-Liisa Ruotsi yhdessä toimittaja Lauri Karhuvaaran kanssa. *Viha ja rakkaus* taas oli suomalainen muunnelma amerikkalaisesta *Dr. Ruth* -ohjelmasta, jossa muutaman ihmisen yksityisimpiä pulmia purettiin tv-psykologi Tuula Pirskasen johdolla studioyleisön edessä.[112]

Tyypillisiä kaupallisen kanavan kulutukseen suuntautuneita asiaohjelmia olivat autoiluaiheinen *Kolmosvaihde*, miesten makasiini *Iltalenkki*, Helsingissä sijaitsevien suurlähetystöjen keittiöihin tutustuttanut *Ruokalähetystö*, sisustusohjelma *Graniittia ja uusia pitsejä* sekä nousukauden hengessä sijoitusvinkkejä jakanut *Sijoitussalkku*. *Kolmosvaihteessa* ei opetettu liikennesääntöjä, vaan koeajettiin uusia autoja ja annettiin tee-se-itse-vinkkejä. Kolmosen sisustusohjelma poikkesi perinteisistä studiokeskeisistä palveluohjelmista siinä, että se koostui useista inserteistä, jotka veivät katsojat milloin tutustumaan Turun asuntomessujen terästaloon, milloin taas vesipatjojen terveellisyyteen. Mukaan oli mahdutettu myös Mauno Saaren pakina vaikkapa odotushuoneiden masentavasta ulkonäöstä. Asiantuntijoihin ohjelma luotti perinteiseen tapaan. Esimerkiksi sarjan ensimmäisessä lähetyksessä sisustusarkkitehti Kaisa Blomstedt oli kutsuttu ideoimaan tyypillisen kerrostalo-olohuoneen sisustusta. Mutta "sivulauseellakaan ei viitata siihen, mitä kaikki maksaa tai vaikka miten uusi keltainen sohva puhdistetaan".[113]



Lenita Airiston ja Tapani Ruokasen keskusteluohjelma Seitsemäs hetki kevensi television puhetapaa. Syyskuussa 1989 heidän vierainaan olivat suursijoittaja Pentti Kouri (oik.) ja toimittaja Harri Saukkomaa (vas.). *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

Uuden kanavan henkeä ilmensi kenties parhaiten sunnuntai-illan suora keskusteluohjelma *Seitsemäs hetki* (1988–1991), jota aluksi juonsivat Lenita Airisto ja Seppo-Heikki Salonen. Sittemmin Salosen korvasivat Jörn Donner, Tapani Ruokanen ja Jarmo Virmavirta. Sarjan oli määrä puhua viikoittain suorassa lähetyksessä "viikon suurimmasta aiheesta". Kun ohjelma syyskuussa 1988 käynnistyi, ensimmäiseksi aiheeksi nostettiin Martin Scorsesen elokuva *Kristuksen viimeinen kiusaus*. Ohjelmassa nähtiin kohtauksia kohutusta elokuvasta ja kuultiin muun muassa arkkipiispa Johanneksen näkemyksiä. Filosofi Esa Saarinen puolestaan pohti ohjelmassa Jeesuksen mahdollista erektiota. Seuraavassa lähetyksessä aiheena oli Viro, jossa vapauden tuulet olivat alkaneet puhaltaa. Aiheiksi nousivat myös esimerkiksi naisiin kohdistuva väkivalta ja työmarkkinajohtajien ns. kikkelikorttiskandaali mutta myös Berliinin muurin murtuminen. Jo *Seitsemännen hetken* puheenaiheet myötäilivät populaareja tuntoja herkemmin kuin monet Yleisradion ohjelmat. Vaikutelmaa vahvisti käsittelytapa: enemmän kuin perinteisestä asiakeskustelusta kyse olikin talk show'sta, jossa sekä isäntiä että vieraita oli aina kaksi. Vaikka ohjelman

aiheet olivat asiapitoisia, lopputulos oli viihteellinen. Puhetapa ja esitystyyli olivat sähköisiä, ja lisäksi suora lähetys tuotti lopputulokseen yllätyksellisyyttä.[114]

Seitsemäs hetki olikin ohjelmana uudella tavalla juontajavetoinen ja perustui paitsi juontajien karismaan myös siihen, että he olivat mukana enemmän keskustelijoina kuin toimittajina. Vaikka myös vieraat olivat tarkoin valittuja, kiinnostavuus liittyi kahden vetäjän roolitetulta vaikuttaneeseen työnjakoon ja etenkin Lenita Airiston rooliin. "Pitikö tässä olla kyse Jeesuksesta Kristuksesta vaiko Lenita Airistosta", ensimmäistä lähetystä arvioinut tv-kriitikko kysyi.[115] Airisto oli luonut julkkismaineensa 1950-luvun lopulta alkaen missinä, valokuvamallina, viihde- ja televisiokasvona, joka oli tehnyt myös laajoja haastattelusarjoja aikakauslehtiin. Hänet tunnettiin ärhäkkäästä esiintymistyylistään, johon liittyi yleensä huomiota herättävä pukeutuminen. *Seitsemännessä hetkessä* Airisto esiintyi maineensa edellyttämällä tavalla. "Airisto reagoi vieraiden puheenvuoroihin, kumartui haastateltaviaan kohti, tuijotti intensiivisesti silmiin, elehti, vitsaili, polemisoi ja usutti keskustelijoita ulos asiantuntijarooleistaan. Rempseä sanankäyttö ja tarkoituksellisen yksinkertaistavat kysymykset kevensivät ohjelmassa käsiteltyjä, paikoin rankkojakin keskusteluaiheita."[116] Siinä kun ohjelman miespuolinen haastattelija edusti tavanomaista miehisen institutionaalista lähestymistapaa, naispuolisen haastattelijan tehtävänä näytti olevan institutionaalisen puhetavan rikkominen ja provosointi. Ohjelmaa tutkineen Auli Hakulisen mukaan asetelma saattoi johtaa siihen, että haastateltava alkoi puhua Airiston ohitse miespuoliselle haastattelijalle, keskeyttää tai muuten trivialisoida tämän kysymykset.[117]

Kolmosen ohjelmat edustivat pyrkimystä pois vakavasta yleisradiovalistuksesta. "Kolmos-tv panostaa ihmissuhteisiin, kriitikko huomasi."[118] Kolmosen asiaohjelmisto alkoikin merkittävästi lähestyä asiaviihdettä, hybridimuotoa, jonka uskottiin paremmin puhuttelevan katsojia. Tavoitteena oli vapauttaa televisiopuhe ja tarjota populaaria, rentoa ja aiempaa intiimimpää televisiota kansalle. Aikakauslehdistö julkkisjuttuineen oli käynnistänyt julkisuuden intimisoitumisen 1960-luvulla; Kolmostelevisio jatkoi intimisoitumista television puolella.[119] Kaupallisella televisiolla oli kaikkialla Euroopassa tärkeä vaikutus siihen, että luentoa muistuttavan, kollektiiviselle yleisölle suunnatun puheen sijasta televisiossa alettiin ikään kuin keskustella kunkin katsojan kanssa henkilökohtaisesti.[120] Kolmosen asiaohjelmahankintoja arvosteltiinkin tyypillisesti pinnallisuudesta ja juontajakeskeisyydestä: "Tekijät eivät nouse esille, vaan kaikki pyörii juontajan ympärillä."[121]

Vastapainoksi on muistettava, että Kolmonen näytti myös julkista palvelua muistuttavia asiaohjelmia, kuten syksyllä 1987 nykytaiteen keskeisiä tekijöitä esitelleen brittiläisen dokumenttisarjan *Taiteen tila*, jota kiitettiin "todelliseksi kulttuuriteoksi".[122] Joulukuussa 1988, Yleisradion toimittajien ollessa lakossa, maa järisi tuhoisasti Armeniassa. VipVision tuotti Kolmoselle pikatilauksella kokonaisen

sunnuntai-illan kestäneen hyväntekeväisyysohjelman *Auta Armeniaa*, joka tuotti sievoisen avustussumman Suomen Punaisen Ristin katastrofirahastolle. ”Apua toimitetaan pikavauhtia, mutta ei Yleisradion tiedonvälityksen ansiosta. Mehän emme välittäneet mitään”, Yleisradion pääjohtaja Sakari Kiuru tuskaili tappiotaan Kolmostelevisiolle.[123]

Viihde sijoitettiin Kolmosella lähes poikkeuksetta keski-iltaan, mutta puhdasverisiä viihdeohjelmia Kolmosen alkukauteen mahtui niukasti. Näin kenties siksi, että 1980-luku oli suomalaisen sketsiviihteen kulta-aikaa, jolloin sekä Yleisradio että MTV käyttivät viihdelippulaivojensa käsikirjoituksiin, puvustuksiin, lavasteisiin ja harjoitteluun aikaa ja vaivaa enemmän kuin todennäköisesti koskaan myöhemmin. Syksyllä 1988 näyttelijä Pirkka-Pekka Petelius ja muusikko Pedro Hietanen aloittivat *Hei hulinaa* -nimisen sarjansa, joka toteutettiin halvalla sekalaisista aineksista. Sen suorissa lähetyksissä Petelius muuntui salamannopeasti sketsihahmojensa Herra 47:n, Jarna Kuivan ja Vartti Mainion hahmoihin. Sarja perustui radion *Yömyöhä*-lähetyksiin, joita kaksikko oli tehnyt.[124]

Myös suomalaisen tv-viihteen mullistaja Spede Pasanen saatiin houkuteltua uudelle kanavalle. Keväällä 1988 hän käynnisti *Spede Special* -nimisen ohjelman, jossa oli sekä sketsejä että studiovieraita kilpailemassa erilaisissa taidoissa. Se oli sittemmin MTV3:ssa pitkään pyörineen *Speden spelit* -ohjelman ensi versio. Musiikkiviihdettä tarjottiin paitsi konserttien myös musiikkivideoiden muodossa (*Jukebox*), joita juontamaan pestattiin laulaja Mikko Alatalo. Kuuntelijat pääsivät äänestysvalinnoillaan vaikuttamaan siihen, mitkä uudet levyt pääsivät Raha-automaattiyhdistyksen levyautomaatteihin.

Muita Kolmosen viihdeohjelmia olivat visailut, kuten jo mainittu *Kolmosvisa* ja *Ariadnen lanka*. Alkuvaiheessa *Kolmosvisalla* oli tärkeä rooli uuden kanavan markkinoinnissa. Ohjelmaa tehtiin vuoroin eri paikkakunnilla – milloin Valkeakoskella, milloin Nokialla, milloin Keravalla –, joiden toreilta ja turuilta etsittiin paikallisia tietäjiä. Paikkakuntien kirjo laajeni sitä mukaa kuin Kolmosen näkyvyysalue kasvoi. Esimerkiksi syksyn 1987 ohjelmakiertue haravoi esiin Etelä-Suomen parhaat tietokilpailuässät, jotka sitten koottiin joulunpyhinä ruudussa nähtyihin finaaleihin. Voittaja, yksi kuudestatoista, sai palkinnoksi henkilöauton. ”Innostusta riittää, mutta minulta alkavat kysymykset loppua”, juontaja Reijo Salminen tuskaili jo marraskuussa *Katso*-lehdessä. *Kolmosvisa* nousi kuitenkin katsojasuosikiksi ja oli keväällä 1988 kanavan toiseksi katsotuin ohjelma.[125]

Tyypillisiä Kolmosen ohjelmistolle olivat myös erilaiset tapahtumataltioinnit, estradi- ja gaalaviihde. Esimerkiksi syyskuussa 1987 kanava välitti Miss Skandinavia -kilvan ja syyskuun 1988 hankintoihin lukeutui suora lähetys rocktähti Princen konsertista Dortmundissa. Tapahtumatelevisiointien kohdalla Kolmonen osoittikin joustavuutta, jollaiseen pääkanavilla ei yleensä ollut sopivia ohjelmapaikkoja.



Kolmosvisan kevään 1989 finaalissa kohtasivat Turun Sanomien toimittajat Marja Kallio ja Paavo A. Vittaniemi (edessä) sekä Aamulehden Matti Apunen ja Seppo Roth (takana keskellä). Ohjelmaa juonsivat Reijo Salminen (vas.) ja Jyrki Otila (oik.).

Kuva: MTV3 / HS-arkisto

Esimerkiksi mainitun kaksituntisen Princen konsertin Kolmoskanava esitti perjantai-iltana kello 22.30 alkaen, jolloin kanava muuten olisi jo ollut pimeänä. Tapahtumataltiointien vakiopäivinä kanava käytti perjantain lisäksi myös lauantain, sunnuntain ja maanantain tyhjiä loppuiltoja.[126]

Yksi Kolmosen tilaamista pisteviihdeohjelmista muodostui taiteelliseksi menestykseksi. Kevättalvella 1989 ruudussa nähty *Modern Fox,* joka kertoi vanhaa tanssimusiikkia ja swingiä soittavasta virolaisesta orkesterista, sai Montreux'n Kultainen Ruusu -kilpailussa kunniamaininnan. Ohjelmaa oli kuvattu Tallinnan kujilla ja ravintoloissa. Lisäksi siihen oli hankittu runsaasti historiallista kuva-aineistoa. Story-Filmin tuottama ja Juha Tapanisen ohjaama *Modern Fox* hävisi festivaalin pääpalkinnon lopulta vain kahdella äänellä.[127]

URHEILUA MIEHILLE, PIIRRETTYJÄ LAPSILLE

Urheiluohjelmiston hankkimiseksi Kolmonen teki kesällä 1987 kyselyn, jolla kartoitettiin katsojien lajitoiveita. Vastauksia saatiin peräti 9 000. Kärjessä olivat jalkapallo, jääkiekko, moottoriurheilu, tennis ja yleisurheilu. Kolmosella oli varmasti kiinnostusta näihin kaikkiin, mutta ihan mihin tahansa sillä ei ollut mahdollisuuksia, sillä Yleisradiolla oli etuosto-oikeus kaikkiin kotimaisiin urheilutapahtumiin.[128]

Urheilutarjonnassa Kolmonen suuntasikin sinne, missä Yleisradio ei ollut. Golfin, squashin ja tenniksen valintaa voi selittää kanavan päättäjien oma kiinnostus. Yleisradio oli varannut Englannin liigan jalkapalloilun itselleen, mutta Kolmonen toi ruutuun Italian ja Skotlannin liigaa, Etelä-Amerikan mestaruuskilpailut ja Vaahteraliigan. Kotimaisen liigakiekkoilun säännölliset lähetykset kanava aloitti jo syksyllä 1987, ja syksystä 1989 alkaen ohjelma tuotteistettiin *Hockey Nightiksi*, mikä otsikko periytyi aikanaan MTV3:lle. NHL-jääkiekon esittäjänä kanava osui otolliseen hetkeen, jolloin suomalaisyleisön tietoisuus valtameren takana kiekkoileviin urheilusankareihin oli juuri heräämässä. Samoin kävi Formula 1 -kilpailujen televisioinneissa, jotka Kolmostelevisio aloitti vappuna 1988 Italian Monzasta Matti Kyllösen selostamina ja Keijo Rosbergin kommentoimina. Seuraavana vuonna Jyrki Järvilehto ja pian myös Mika Häkkinen olivat mukana sarjassa.[129]

Suorien urheilulähetysten nimikkopaikoiksi vakiintuivat vähitellen lauantain ja sunnuntain iltapäivät, mutta esimerkiksi kotimaisen ja amerikkalaisen jääkiekon paikaksi vakiintui keskiviikon paras katseluaika, kun taas Italian jalkapalloliigaa ja NBA:n koripalloilua nähtiin perjantaisin. Näin urheilu sai Kolmosella neljä säännöllistä ohjelmapaikkaa viikoittain. Urheilutarjonnan "sarjoittaminen" oli uutta suomalaisessa televisiossa, joka oli siihen asti nojannut urheilun kansainvälisten ja kansallisten merkkitapausten aikatauluihin. Kolmonen loikin suomalaisessa televisiossa kaupallisen ohjelmatarjonnan mallin. Urheiluhankinnoista vastanneen Heikki Seppälän mukaan Yleisradion määräysvaltaa yritettiin ohittaa villeilläkin ratkaisuilla: "Kun näytti, ettemme pääse urheilun kenttään riittävästi, niin me tutkimme lajeja ja olimme tavallaan mukana perustamassa kädenvääntöliittoa. Että saatiin yksi televisionomainen intensiivinen laji."[130] Kolmosen tarjoamasta lajikirjosta kertoo, että syksyllä 1988 ruudussa nähtiin esimerkiksi vinttikoirakilpailu ja petanquen PM-kilpailu. Kotimaisten urheilutapahtumien televisioinnille saattoi olla käytännöllisiäkin syitä. Kesällä 1988 huomattiin, ettei Kolmoselle asetettu 20 prosentin kotimaisuustavoite täyttyisi heinäkuun osalta. "Me neuvottelimme televisiointisopimuksen, ja Tampereen Rosendahlista tuli yllättävän pitkiä tennislähetyksiä keskellä heinäkuuta", Seppälä kertoo.[131]

Kolmosen urheiluohjelmavalikoimaa voitaneen pitää hyvin miehisenä. Miehistä kysyntää palveli myös kanavan oma urheilumakasiini, *Sporttispurtti*, joka näytti

Kolmonen toi formulakilpailut televisioon. Selostaja Matti Kyllönen (vas.), ohjelmajohtaja Heikki Seppälä ja kommentaattori Keijo Rosberg Circuit de Catalunyalla Barcelonassa toukokuun alussa 1992.
Kuva: OPTE Oy / Heikki Seppälän kotialbumi



parhaita paloja kuluneen viikon urheilutapahtumista eri puolilta maailmaa. Ohjelman paikaksi vakiintui lauantai-iltapäivä, kunnes ohjelma syksyllä 1989 siirrettiin perjantain keski-iltaan.

Yleisradion tapaan myös Kolmostelevisio halusi lastenohjelmamarkkinoille paaluttamalla arkipäiviin nimikkopaikat nuorimmille katsojille. Sille luonnollinen lähetysaika sijoittui alkuiltaan, viiden ja puoli kuuden tienooseen. *Pikku Kakkosesta* poiketen Kolmosen tarjonta oli kuitenkin amerikkalaista, ja lisäksi ohjelmiin kytkeytyi usein leluteollisuuden intressejä. Kun Yleisradion ostajat kieltäytyivät hankkimasta ohjelmia, joihin liittyi kytkykauppana muppeteja (*Pikku Muppetit*), mylittleponeja (*Pikku Poni*) tai he-maneja (*He-Man*), Kolmostelevisio ei potenut tunnon tuskia, vaan vieläpä sijoitti sarjansa alkamaan samaan aikaan kuin YLE omat lastenohjelmansa. Se herätti pahennusta, ja keväällä 1988 Kolmonen aikaisti lastenohjelmiaan alkamaan jo kello 17, jolloin törmäyksiltä vältyttiin.[132]

Klassisempia lasten- tai varhaisnuorten ohjelmia puolestaan olivat *Tom ja Jerry*, *Väiski ja ystävät*, *Jogi-karhu*, *Batman* ja *Star Trek*, joilla niilläkin oli moninaisia kulttuuriteollisia kytköksiä. Kunnianhimoisempia hankintoja tehtiin vasta syksyksi 1989, jolloin Kolmonen hankki BBC:n tuottaman *Narnia*-sarjan. Pettymys kanavalle oli sen sijaan se, että se joutui luopumaan Disney-yhtiön ohjelmista, joita se keväällä 1987 ehti jo markkinoida ”Disney-kanavana”. Sopimuksen Disneyn kanssa onnistui solmimaan paikalliskilpailija HTV.[133]

Kuten Annikka Suominen on huomauttanut, vasta Kolmoskanavan myötä ”Suomessa alettiin esittää suuremmassa määrin sellaisia lastenohjelmia, joiden suunnittelu, tuotanto ja levitys perustuivat puhtaasti kaupallisiin näkökohtiin”.[134] Jo syksyllä 1988 kanava kuitenkin käynnisti kotimaisen lasten kokkiohjelman *Hei me kokataan*. Sille luonteva paikka löytyi *Tänään tässä ja nyt* -ohjelman lomasta tiistaisin kello 17. Keväällä 1989 Kolmonen toi ensi kertaa ruutuun kotimaisen animaatiosarjan, *Miinan ja Manun*, mutta sen jälkeen yhtiö luotti jälleen hinnaltaan halvempaan ulkomaiseen lastenohjelmatarjontaan.



Lapsille Kolmonen tarjosi ennen muuta piirrettyjä filmejä, jotka se sijoitti aluksi päällekkäin Yleisradion lastenohjelmien kanssa. Sittemmin ne siirtyivät lauantaiaamuun. Yksi suosikeista oli Pikku Muppetit.

Kuva: MTV3 / HS-arkisto

OOPPERAA, DRAAMAA JA VIDEOELOKUVIA

Moni oli toivonut Kolmosesta kulttuurikanavaa, mutta toive oli kariutunut televisiotuotannon ja rahoituksen realiteetteihin: kunnianhimoinen vaativaa yleisöä palveleva televisiokanava olisi ollut liian kallis. Kanava halusi saada ohjelmistoonsa suosituksi tiedettyä suomalaista draamatarjontaa mutta tiesi, että pystyäkseen painamaan sen hinnan riittävän halvaksi, piti löytää uudenlaisia tuotantomalleja. Ensimmäiset tilaukset olivat jo Tauno Äijälän tekemiä, mutta 1987 kotimaisen draamaohjelmiston tuottajaksi palkattiin Yleisradiosta Kari Kyrönseppä, jonka seuraajaksi 1989 tuli ensin Anna-Maija Eräkangas Yleisradiosta ja 1991 Solja Kievari MTV:stä.

Yhden tien kotimaisen ohjelmatuotannon kehittämiseksi tarjosivat tilannekomediat, jotka tehtiin nopeatempoisesti, niukoissa lavasteissa ja vähillä näyttelijöillä. Kolmonen tarjosikin tärkeän kokeilukentän uudenlaisen televisiofiktion työstämiselle ja pestasi tekijöitä totutuimpien tv-piirien ulkopuolelta. Syksyn 1987 ohjelmistossa lajityyppiä edusti muun muassa Ilkka Kylävaaran kirjoittama ja ohjaama *Mimmiliiga*, seuraavana syksynä puolestaan Sami Parkkisen ja Kari Levolan, kahden nuoren kirjailijan, käsikirjoittama *Veljeskunta* sekä Tuija Murtovaaran kirjoittama *Olutta ja menyttä*, jonka näyttämönä oli hyvin toimeentulevien nuorten kaupunkilaisten korttelikapakka. Keväällä 1989 hupisarjan paikan täytti Ryhmäteatterista tutun Henri Kapulaisen kirjoittama *Kapulaisia*, jossa tekijä toilaili yhdessä puolisonsa, näyttelijä Leena Uotilan kanssa.[135] Yleensä komediat sijoitettiin alkuiltaan, parhaan katseluajan käynnistäjiksi.

Maanantai-iltaisin kello 18.30 esitetty *Mimmiliiga* kertoi neljän nuoren naisen porukasta, joista yhden aviomies on juuri jättänyt, yksi nuokkuu valintamyymälän kassana, yksi on pojista tykkäävä opiskelija ja yksi taas tytöistä tykkäävä feministi. Sarjan viides nainen oli Maippi Heljon esittämä Aino, joka ratkoo nuorempiensa pulmia parhaansa mukaan. Feminismille irvailleen *Mimmiliigan* kaikki seitsemän puolen tunnin mittaista osaa harjoiteltiin ja kuvattiin kymmenessä päivässä, ja *Aamulehden* silloinen tv-kriitikko Hannu Raittila kiitti lopputulosta ”köyhän miehen draamaksi, joka korvaa suurisuuntaisen näyttämöllepanon sujuvalla tekstillä”. Maan päälehden kriitikko Jukka Kajava oli ankarampi. Hänen mielestään letkautukset lensivät kyllä nasevasti, mutta itse sanottava sarjasta puuttui: ”Kolmostelevisio on luvannut kevyttä. Se näyttää tarkoittavan myös huonosti ja kunnianhimottomasti toteutettua.”[136]

Kolmostelevision alkuvuosiin kuului myös kaksi suurisuuntaisempaa sarjahanketta, joiden molempien tuotannolliset puitteet ja kuvallinen ilme poikkesivat pääkanavien standardista. Toinen oli FantasiaFilmin tuottama ja syksyllä 1987 torstaisin alkuillasta esitetty *Kasvu*, joka kertoi kiltin perhetytön muuttumisesta kovaksi punkkariksi. Sarjan tuotti ja käsikirjoitti Asko Apajalahti sekä ohjasi Tapio



Asko Apajalahden ja Tapio Suomisen kirjoittama Kasvu oli Kolmosen ensimmäinen vakava kotimainen draamasarja. Sen pääosassa, kasvukipujaan oirehtivana punkkari-Ninana, nähtiin Hanna Apajalahti. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

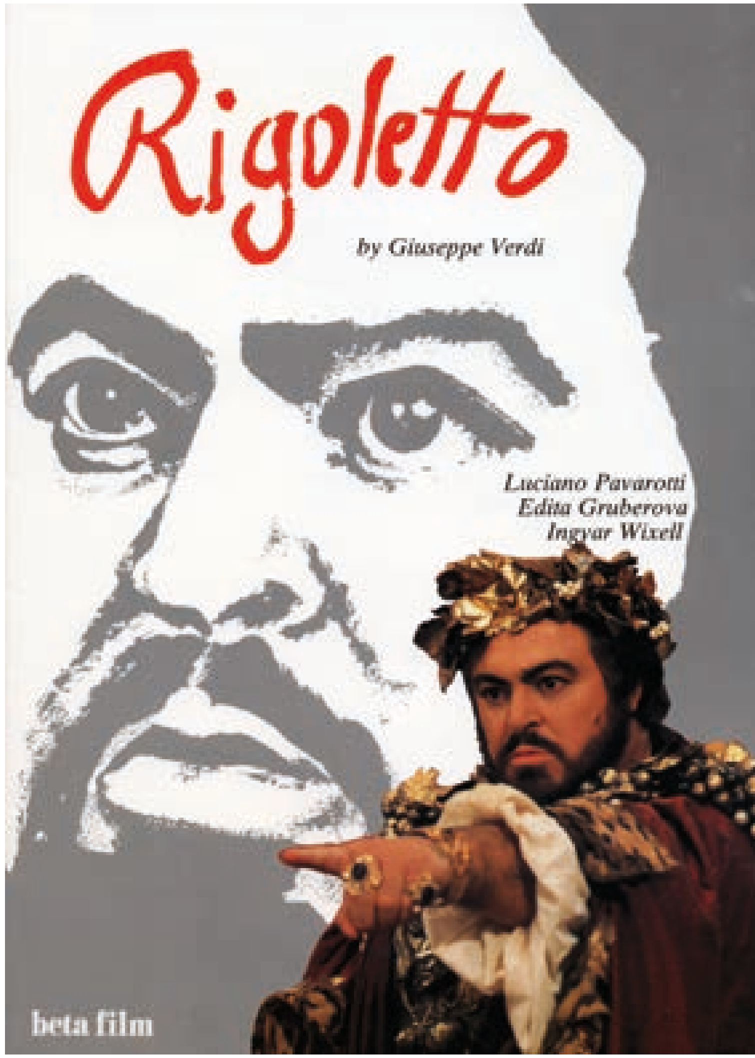
Suominen, joka oli saavuttanut mainetta nuorison tuntoja osuvasti heijastaneella elokuvallaan *Täältä tullaan, elämä!* (1980). *Kasvussa* pääosaa esitti nuori Hanna Apajalahti, tuottajan tytär, ja muutenkin mukana oli paljon amatöörejä. Sarjaa tehtiin aluksi 12 puolen tunnin osaa, jotka uusittiin keväällä ja joiden jatkoksi nähtiin kahdeksan lisäjaksoa. Vaikka Kolmosen näkökulmasta *Kasvu* oli kallis, elokuvaohjaajan mielestä se tehtiin ”olemattomalla rahalla, tuurilla ja omasta selkänahasta repien”.[137] *Aamulehden* Raittila piti lopputulosta kuitenkin yksinomaan näytteenä siitä, kuinka Kolmostelevision tarjoama ”markkinarailo” houkuttelee alalle nopeasti maasta polkaistuja tuotantoyhtiöitä. Itse sarjaa hän piti ”päälle liimattuna opetusdraamana”, ”dramatisoituna asennekasvatuksena”, kun taas Jukka Kajava näki siinä ”epäuskottavista piirteistä” huolimatta ”sosiaalista ja yksilöllistä sanomaa”.[138] Yhtä kaikki sarjalla tavoitettiin nuorta yleisöä ja profiloitiin kanavan ilmettä.

Toinen yritys oli dekkarisarja *Walker*, joka kertoi kansainvälisestä huumebisneksestä. Tuomas Sallisen kirjoittama ja ohjaama sarja tuli Kolmosen ohjelmistoon syksyllä 1989 ja nähtiin keskiviikkoisin sisältöönsä nähden yllättävän varhain, ilta-



Tuomas Sallisen kirjoittama ja ohjaama Walker oli yritys tehdä toimintasarjaa kansainväliseen malliin. Sen pääosassa, Helsinkiin tulleena newyorkilaisena huumepoliisina, oli Andrew Krasne. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

seitsemältä. Sarjaa tehtiin peräti 12 tunnin mittaista osaa, ja sitä kuvattiin Helsingin lisäksi Tukholmassa, Leningradissa ja New Yorkissa. Nimihenkilöä, newyorkilaista huumepoliisia, esitti amerikkalaissyntyinen Andrew Krasne, joka ei ollut ammattinäyttelijä, vaan oli työskennellyt tanssijana, tiskijukkana, kokkina ja sukelluksen opettajana. Muutenkin näyttelijäkuntaa valittaessa painottui enemmän aito aksentti kuin näyttelijäkoulutus. Rooleja oli puolensataa ja lehti-ilmoituksella hankittuja avustajia kolmisensataa. Aikataulun kiireisyydestä kertoo se, että kun sarjan kuvaukset alkoivat huhtikuussa, ruutuun ohjelma joutui jo syyskuussa. Tärkeänä kuvauspaikkana toimi Helsingin Kruununhaassa sijainnut rapistunut talo, johon lavastettiin muun muassa poliisilaitos, pidätysselli ja huumeluola. Osittain englanninkielinen sarja ei pyrkimyksistään huolimatta koskaan päässyt kansainvälisille markkinoille, eikä se Suomessakaan kerännyt mainittavasti yleisöä, mutta arvostelijat kiittivät sarjaa, ja *Katso*-lehden järjestämässä Telvis-äänestyksessä *Walker* tuli draamasarjassa toiseksi heti TV2:n *Häräntappoaseen* jälkeen.[139]



Giuseppe Verdin Rigoletto oli yksi Kolmosen lukuisista oopperahankinnoista. Laadusta vastasivat Riccardo Chaillyn johtamat Wienin filharmonikot sekä päärooleja laulaneet Ingvar Wixell, Luciano Pavarotti ja Edita Gruberova.

1980-luvun lopulla yleisradioyhtiöitä houkuteltiin elokuvatuotannon rahoittajiksi, minkä seurauksena Yleisradio käynnisti *Kunnon kino* -sarjansa.[140] Kolmostelevisioon syksyllä 1987 siirtynyt Kari Kyrönseppä puolestaan tilasi kanavalleen yhteensä 15 vajaan tunnin mittaista videoelokuvaa, minkä mahdollisti Suomen Elokuvasäätiön (SES) ja Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskuksen (AVEK) osarahoitus. Elokuvat tuotti FantasiaFilmi vuosina 1988–1990, ja ne tehtiin videolla, mahdollisimman nopeasti ja halvalla. Kyrönsepän mukaan elokuvissa saattoi

olla kuvia paljon, mutta niiden rakentamiseen ja ottoihin ei ollut varaa panostaa. Hankkeeseen pestatut tekijänimet olivat valtaosin uusia, kuten Jari Halonen, Aleksi Mäkelä, Raimo O. Niemi, Nadja Pyykkö ja Juha Rosma, mutta myös jo nimeä saaneita ohjaajanimiä, kuten Jaakko Pyhälä ja Tapio Suominen. Sarja saikin myönteisen vastaanoton kriitikoiden keskuudessa, vaikka elokuvien keskeneräisyyttä ja rosoisuutta arvosteltiin.[141]

Esimerkiksi Nadja Pyyköltä tilattu elokuva *Lupaus* (1988) jäi hänen ainoaksi omaksi ohjaustyökseen. Se esitettiin Kolmosella sarjan avauksena syyskuussa 1988. Kyse oli alkoholisoituneen äidin (Eeva Litmanen) ja hänen kouluikäisen tyttärensä (Marja Pyykkö) välisestä ihmissuhdedraamasta, jonka Nadja Pyykkö ja Raija Oranen olivat dramatisoineet tanskalaisen kirjailijan Vita Andersenin novellin pohjalta. Aleksi Mäkelän Kolmoselle tekemä elokuva, *1249* (1989), sen sijaan ei ollut hänen esikoisensa, sillä edellisenä vuonna hän oli jo tehnyt tv-elokuvan *Uimataidoton*, mutta tekijänä hän oli vielä tuntematon. Joulukuussa 1989 ruudussa esitetty *1249* oli nykyaikainen *road movie*, jossa kaksi nuorten miesten porukkaa ajoi kilpaa Helsingistä Inariin. Se oli ohjaajan yhdessä Kalle Chydeniuksen kanssa kirjoittama, ja rooleissa nähtiin samoja näyttelijöitä kuin Mäkelän myöhemmissäkin töissä, kuten Samuli Edelmann ja Niko Saarela.[142]

Koska Kolmonen ajoi videoelokuvansa ulos harvakseltaan, yleisön oli vaikea hahmottaa niitä sarjaksi. Hahmottamista vaikeutti myös se, että vaikka useimmat lähetettiin perjantai-illan päätteeksi kello 21:n tienoilla kulttuurin ja draaman yksittäisohjelmille varatulla ohjelmapaikalla, esityspäivät saattoivat myös vaihdella.[143]

Yhden Kolmosen ulottuvuuksista muodostivatkin yksittäiset kulttuuriohjelmat, kuten Turun kaupunginorkesterin ja Avanti!-orkesterin konsertit jo syksyllä 1987, oopperataltioinnit Milanon La Scalasta sekä kaikkein kummallisimpana saavutuksena brittiläisen teatterigurun Peter Brookin ohjaama kuusituntinen *Mahabharata*. Jälkimmäisessä Kolmostelevisio oli yhtenä osatuottajana, ja intialaiseen mytologiaan perustuva tarina nähtiin kanavalla kolmena peräkkäisenä lauantai-iltana joulukuussa 1989.[144] Oopperoiden esittäminen liittyi toimitusjohtaja Lehmuston omiin harrastuksiin, ja ne jopa tuotteistettiin sarjamaiseksi tapahtumaohjelmaksi *Kausikortti La Scalaan*, joka nähtiin perjantai-iltaisin kerran kuussa. Tv-ruudussa Luciano Pavarottin ja muiden tähtisolistien tie päättyi syksyllä 1989, kun mainostajat eivät sittenkään löytäneet oopperoiden katsojakuntaa. Esimerkiksi Covent Gardenissa tallennetun *Manon Lescaut'n* esitykseen myytiin yksi ainoa mainos, vaikka päätehtävissä lauloivat Kiri Te Kanawa ja Plácido Domingo.[145]

KOLMOSEN OHJELMARAKENNE

Kuvatessaan julkisten ja kaupallisten kanavien eroja Raymond Williams esitti jo 1970-luvulla julkisten kanavien keskittyvän "A-tyypin" ohjelmistoon, millä Williams tarkoitti uutis- ja ajankohtaisohjelmia, dokumentteja, kulttuuriohjelmia, näytelmiä ja lastenohjelmia, kun taas kaupallisille kanaville tyypillistä oli "B-tyypin" ohjelmisto, eli sarjafilmit, elokuvat ja viihde.[146] Williamsin erottelu viittaa siihen, että televisiotoiminnassa vallitsee kaksi paradigmaattista ohjelmiston rakentamisen mallia, joista toinen keskittyy asiapainotteiseen, toinen viihdepainotteiseen tarjontaan, minkä myös lukuisat kansainväliset vertailut ovat sittemmin vahvistaneet.[147] Kumpaa Kolmonen edusti?

Kolmosen ohjelmiston laadullisessa tarkastelussa edellä todettiin sen rakentuneen alkuvaiheessa paljolti sarjafilmien, elokuvien, urheilun ja viihteen varaan – mikä oli annettu kanavan tehtäväksikin. Tilastollinen tarkastelu vahvistaa käsityksen. Vuosina 1987–1989 ajankohtais- ja asiaohjelmat muodostivat keskimäärin viidenneksen kanavan tarjonnasta toisen viidenneksen muodostuessa elokuvista, kolmannen viihteestä ja urheilusta sekä peräti kolmanneksen sarjafilmeistä. Yksin fiktio muodosti noin puolet kanavan tarjonnasta, kun samaan aikaan sarjojen, tv-draaman ja elokuvien osuus TV1:n ja TV2:n tarjonnasta oli noin neljännes.[148] (Taulukko 11.)

Ajankohtaisohjelmien painoarvo Kolmosen ohjelmistossa näytti tässä vaiheessa laskevaa suuntaa, sillä *Tänään tässä ja nyt* -ohjelman korvautuessa *Tänään*-makasiinilla lähetysaika kutistui. Ensimmäinen uutisohjelma Kolmoselle tuli joulukuussa 1989. Vaikka kanava lähetti sekä yksittäisiä asia- ja kulttuuriohjelmia että kehitteli palvelu- ja asiaviihdeohjelmakonsepteja, niiden osuus tarjonnasta jäi vähäiseksi. Opetusohjelmia kanavan ohjelmistoon ei sisältynyt lainkaan, mikä erotti sen selvästi Yleisradiosta.

Elokuvien osuus Kolmosen tarjonnassa oli suurimmillaan luonnollisesti vuonna 1987, jolloin kanava ei elokuun loppuun asti näyttänyt juuri mitään muuta. 1989 Kolmoskanava lisäsi viikkokaavioonsa yhden uuden elokuvapaikan, mikä nosti osuuden jälleen lähelle viidesosaa. Viihdeohjelmien – musiikin, visailujen, talk show'n ja estradiviihteen – osuus oli suurimmillaan vuonna 1988, jolloin *Kolmosvisa*, *Spede Special* ja *Ariadnen lanka* muodostuivat tavaramerkeiksi. Urheiluohjelmien osuus kasvoi vuosi vuodelta Kolmosen onnistuttua hankkimaan uusia ohjelmaoikeuksia (mm. *Hockey Night* ja Formula 1) sekä vakiinnuttamaan urheilumakasiininsa *Sporttispurtin*. 1980-luvun loppuvuosina lastenohjelmien osuus tarjonnasta vakiintui 5–6 prosentin tienoille.

Jos viihdetyyppisiksi ohjelmiksi lasketaan tv-draama, elokuvat, sarjafilmit, musiikkiohjelmat, peli- ja visailuohjelmat, puheviihde ja estradiviihde sekä urheilu, niin 1987 Kolmosen tarjonnasta viihdepainotteista oli 80 prosenttia. Kahtena seu-

Taulukko 11 Kolmoskanavan ohjelmarakenne 1987–1989 (%)

Ohjelmatyyppi	1987	1988	1989
Uutiset	0,0	0,0	1,1
Ajankohtaisohjelmat	14,1	13,7	8,3
Kevyet asiaohjelmat	1,9	3,3	5,0
Asiaohjelmat	1,7	5,0	3,4
Opetusohjelmat	0,0	0,0	0,0
Tv-draama	5,9	0,5	0,0
Elokuvat	25,5	16,3	19,7
Sarjafilmit	31,1	31,7	32,7
Musiikkiohjelmat	1,4	3,0	3,9
Visailut ja pelit	4,1	8,1	4,4
Talk showt	1,9	0,5	1,8
Muut viihdeohjelmat	2,8	3,2	2,7
Urheilu	6,8	9,5	11,1
Lastenohjelmat	2,8	5,2	5,9
Muut ohjelmat	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	100,0	100,0	100,0
Minuuttia	6 389	9 870	8 945
Ohjelmia otoksessa	125	219	213

Lähde: Laskettu *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistauksista otosviikoilla 6, 7, 42 ja 43. Ks. myös Hellman 1999a.

Taulukko 12 Kolmoskanavan ohjelmiston ominaisuuksia 1987–1989

Tunnusluku	1987	1988	1989
Viihdepainotteisuus	79,5	69,3	72,4
Informaatiopainotteisuus	17,7	22,0	17,8
Kotimaisuusaste	37,0	35,7	37,7
Amerikkalaisuusaste	51,4	47,0	45,7
Sarjamuotoisuus	67,8	70,9	69,7

Lähde: Laskettu *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistauksista. Ks. myös Hellman 1999a.
Selitys: Viihdepainotteisuus tarkoittaa tv-draaman, sarjafilmien, elokuvien, erilaisten viihdeohjelmien ja urheilun yhteenlaskettua osuutta. Informaatiopainotteisuus tarkoittaa uutisten ja ajankohtaisohjelmien, asiaohjelmien, palveluohjelmien ja opetusohjelmien yhteenlaskettua osuutta.

raavana vuonna viihdepainotteisuus laski 70 prosentin tasolle. Silloinkin luku oli vielä suuri, sillä pääkanavien ohjelmista viihdetyyppisiä oli samaan aikaan 35–40 prosenttia.[149] Kaupalliset kanavat käyttivät 1980-luvulla julkisia kanavia selvästi enemmän amerikkalaista ohjelmistoa.[150] Tämä näkyy myös Kolmosen ohjelmistossa, josta noin puolet oli peräisin Yhdysvalloista. Samaan aikaan TV1:n tarjonnasta vain seitsemäsosa ja TV2:n tarjonnasta vajaa viidesosa oli amerikkalaistuotantoa. Toisaalta Kolmonen täytti sille asetetun 20 prosentin kotimaisuusvaatimuksen erinomaisesti, sillä vuosina 1987–1989 kanavan kotimaisuusaste nousi keskimäärin 37 prosenttiin, mikä tosin oli selvästi vähemmän kuin pääkanavien 60:tä prosenttia hiponut kotimaisuusaste.[151] (Taulukko 12.)

Kaupallisille kanaville tyypillistä on myös ohjelmiston sarjamuotoisuus. Kolmosen ohjelmistossa pisteohjelmia edustivat muutamat asiaohjelmat, konserttitaltioinnit, urheilulähetykset ja elokuvat. Näistäkin kolmea jälkimmäistä Kolmostelevisio pyrki tuotteistamaan sarjamaisten otsikoiden alle. Esimerkiksi elokuviaan se markkinoi mainostajille ”tiistaielokuvina”, ”keskiviikkoelokuvina” ja niin edelleen. Kanavan sarjamuotoisuus, sarjojen osuus tarjonnasta, pysyi alkukaudella 70 prosentin tasolla, kun Yleisradion ohjelmistossa sarjoittumisaste oli noin 60 prosenttia.[152]

Kolmoskanavan ohjelmisto muistuttikin rakenteeltaan paljolti MTV:n tarjontaa TV1:ssä ja TV2:ssa, mutta oli sitä vielä asteen verran viihteellisempää ja amerikkalaisempaa mutta toisaalta vähemmän sarjamuotoista. MTV:n ohjelmista 30–40 prosenttia oli yhdysvaltalaisia ja kaksi kolmannesta viihdepainotteista. Toisaalta MTV:n ohjelmisto koostui peräti 80-prosenttisesti sarjoista, mitä selittää sen vähäinen lähetysaika. Kolmosen tapaan myös MTV tarjosi asia- ja palveluohjelmia vain rajallisesti eikä opetusohjelmia lainkaan. Molempien ohjelmiston rungon muodosti fiktio, siis sarjafilmit ja elokuvat. Toisaalta merkittäviä erojakin Kolmostelevision ja MTV:n välillä oli. MTV:ssä uutisilla oli merkittävä osuus ja viihdeohjelmillakin suurempi rooli kuin Kolmostelevisiossa. Toisaalta MTV:n tarjonnasta puuttuivat vielä siinä vaiheessa urheilu ja lastenohjelmat kokonaan. Tärkeä erottava tekijä oli myös lähetysajan määrä. Kolmonen tarjosi katsojilleen alusta alkaen melkein kaksi kertaa enemmän ohjelmaa viikossa kuin MTV.[153]

KOLMOSEN MONIPUOLISUUS

Ohjelmiston monipuolisuus on yksi yleisesti hyväksytty tapa tarkastella niin yksittäisen kanavan kuin koko televisiojärjestelmän laatua. Kuten ohjelmiston painopisteet, myös ohjelmatyyppijakauman monipuolisuus on perinteisesti erottanut julkisia ja kaupallisia kanavia toisistaan. Eri aikoina tehdyt kansainväliset vertailut ovat osoittaneet julkisten kanavien tarjoavan kaupallista televisiota laveamman ohjelmiston, joka myös jakautuu tasaisemmin eri ohjelmatyyppien kesken.[154]

Kaupallisessa televisiossa monipuolisuus liitetään tyypillisesti valinnanmahdollisuuksien määrään. Mitä enemmän valinnanvaraa (kanavia, ohjelmia) ja tuotteita (kanavatyyppejä, ohjelmatyyppejä) valikoimassa on, sen monipuolisempi tarjonta kuluttajalla on käytössään. Markkinamallissa monipuolisuus ei viittaa niinkään siihen, miten eri vaihtoehdot eroavat toisistaan, vaan pikemminkin pelkkään valikoiman laajuuteen. Monipuolisuus toteutuu sitä paremmin, mitä useamman markkinasegmentin kysyntä voidaan tyydyttää. Julkisen palvelun perinteessä monipuolisuus sen sijaan on normatiivinen laadun mittari, itseisarvoinen ohjelmapoliittinen tavoite, joka pyrkii heijastamaan monipuolisesti eri väestöryhmien tarpeita ja näkemyksiä sekä myös tarjoamaan laajan ohjelmasisältöjen valikoiman.[155] Kolmostelevisio oli omalta osaltaan käynnistämässä television ohjelmiston valtavirtaistumista kohti markkinaehtoista suuntaa, jossa monipuolisuudella tavoitellaan juuri eri kohderyhmien kysynnän tyydyttämistä eikä niinkään enää korosteta laajan ohjelmakirjon demokraattista, sosiaalista ja kulttuurista merkitystä.

Kolmosen ohjelmiston kirjoa voitaisiin mitata monin eri tavoin, mutta seuraavassa tyydytään tarkastelemaan sen tarjoamien *ohjelmatyyppien monipuolisuutta*. Mitä useampia ohjelmatyyppejä ja mitä tasaisemmin ne jakautuvat ohjelmatarjonnassa, sen monipuolisempaa kanavan tarjonta on. Vaikka mittaustapa on kiistanalainen kaventaessaan monipuolisuuden pelkäksi ohjelmatyyppien jakaumaksi, on se kuitenkin television ohjelmiston tutkimuksessa laajasti käytetty lähestymistapa, samoin kuin mittarina käytetty ns. *suhteellisen entropian indeksi* (H_{rel}).[156] Mittari soveltuu erinomaisesti kanavien monipuolisuuden ja sen muutosten vertailuun. Mitä useampia ohjelmatyyppejä on tarjolla ja mitä tasaisemmin tarjonta jakautuu niihin, sen monipuolisempaa ohjelmisto mittarin mukaan on. Suhteellisen entropian indeksin minimiarvo on 0 (kaikki ohjelmat yhdessä ohjelmaluokassa) ja maksimiarvo 1 (kaikissa luokissa yhtä paljon ohjelmia).[157]

Kolmena ensimmäisenä toimintavuonnaan Kolmoskanavan ohjelmatarjonta oli osapuilleen yhtä monipuolista kuin MTV:n mutta selvästi yksipuolisempaa kuin Yleisradion tai TV1:n ja TV2:n ohjelmatarjonta. Kun Kolmosen indeksiluku vaihteli 0,72:n ja 0,76:n välillä, niin pääkanavien monipuolisuus nousi 0,90:een ja sen ylikin. Kolmosen tarjonta monipuolistui hivenen toiminnan vakiinnuttua. Vuoden 1987 indeksilukua alensi jo se, että alkuvuoden ohjelmisto koostui lähes yksinomaan elokuvista ja tv-elokuvista. (Taulukko 13.)

Ero tarjonnan monipuolisuudessa pääkanaviin on merkittävä ja selittyy ennen muuta sillä, että Kolmosen ohjelmisto keskittyi niin voimakkaasti muutamiin ohjelmatyyppeihin. Neljä suurinta ohjelmaluokkaa – sarjafilmit, elokuvat, urheilu ja ajankohtaisohjelmat – muodostivat jopa runsaat kolme neljäsosaa sen tarjonnasta. Toinen selitys on Kolmosen ohjelmistosta kokonaan puuttuneet ohjelmaluokat, siis uutiset ja opetusohjelmat. Molemmat seikat vaikuttavat indeksilukuun alentavasti.[158]

Taulukko 13 **Ohjelmiston monipuolisuus 1987–1989 (H_{rel})**

Kanava/yhtiö	1987	1988	1989
Kolmoskanava	0,72	0,76	0,76
TV1	0,93	0,93	0,93
TV2	0,88	0,89	0,89
YLE	0,92	0,91	0,91
MTV	0,75	0,77	0,74
Kolme kanavaa yhteensä	0,92	0,91	0,91

Lähde: Laskettu *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistauksista. Ks. myös Hellman 1999a.

OHJELMASIJOITTELUA OPETTELEMASSA

Marja Sjöbergin aikalaisarvio Kolmostelevision alkuvaiheen lupauksesta on tyrmäävä: ”Uusien kasvojen ja kotimaisten kykyjen estradiksi TV3 ei ole ainakaan vielä kehittynyt. Tekijänimet ovat tuttuja Yleisradiosta ja MTV:stä, kotimaisuus on pitkiä sarjoja, visailuja, urheilua ja nopeasti koottua ajankohtaisohjelmaa.” Yhtä kielteinen oli Risto Uimosen päätelmä, jonka mukaan Kolmosen ohjelmat olivat ”tyhjänpäiväistä ajantäytettä”, jotka tehdään ”naurettavan pienellä budjetilla” – ja myös näyttävät siltä: ”Näemme paljon sarjoja, visailua ja puheen pölinää”.[159] Ehkä arvioiden kielteisyyttä selittää televisiokritiikin ”kaksoisstandardi”, kriitikoiden torjuva ja väheksyvä suhde kaupalliseen televisioon, mikä näkyi hyvin monissa Jukka Kajavan arvioissa.[160] Vaikka Kolmostelevisiolle oli toimiluvassa asetettu kotimaisuusastetta koskeva ehto sekä muuta televisiotarjontaa täydentävä rooli, Kolmoskanavaa kohdeltiin ohjelmistoltaan ennen muuta kaupallisena.

Toisaalta kriittiselle suhtautumiselle oli myös perusteensa. Ohjelmat tehtiin nopeasti, halvalla ja usein puutteellisen ammattitaidon turvin. Myös ohjelmiston rakentamisen ja ohjelmasijoittelun tekniikoiden kannalta Kolmosen alkuvaiheet olivat vasta mahdollisuuksien ja rajojen tunnustelua, sillä kanavan puoli-itsenäinen asema esti sitä kilpailemasta täysimääräisesti ohjelmasijoittelun keinoin. Esimerkiksi Yleisradion pääuutislähetyksen aikaan, keskellä parasta *prime timea*, se uskaltautui antamaan pääkanaville vain vähäisen vastuksen. Samoin Kolmoskanava vältti kilpailua omistajiensa kanssa useimpina myöhäisiltoina, muun muassa perjantaisin ja lauantaisin, päättämällä lähetyksensä jo puoli kymmenen aikaan.

Keväällä 1988 Kolmosen ohjelmistoon kuuluivat lakisarja L.A. Law sekä nuortensarjat Alf ja Batman. Marilyn Monroe pääsi kausiesitteen kanteen toukokuussa nähdyn Prinssi ja revyytyttö -elokuvan ansiosta.



Vaikka Kolmonen pyrki miellyttämään lukuisia eri kohderyhmiä, se ei kovin voimakkain keinoin yrittänyt pitää niistä kiinni. Kolmostelevisio suorastaan kaihtoi haastamasta aggressiivisesti Yleisradiota ja MTV:tä; se keskittyi tarjoamaan jotain muuta kuin pääkanavat.[161]

Naapurikanavien *väistäminen* selittää kenties myös sen, miksi Kolmoskanava ei pitänyt kovin johdonmukaisesti kiinni ohjelmapaikoistaan. Toinen selitys ohjelmapaikkojen vaihdoksille on tietoinen *testaaminen*. Koska TV1 ja TV2 olivat paljon katsotumpia kuin Kolmonen, oli perusteltua kokeilla visailujen ja viihdeohjelmien, kotimaisten ja ulkomaisten sarjojen, elokuvien ja asiaohjelmien ”luonnollisia” paikkoja ohjelmakaaviossa. Kolmas selitys on ohjelmiston *vakiintumattomuus*. Koska kaikki tilatut ohjelmat eivät menestyneet, kanava joutui tuomaan ruutuun uusia ohjelmia uusille ohjelmapaikoille kausittaisten tarjouskierrosten perusteella. Ohjelmien sijoittelusta saadulle opille oli runsaasti käyttöä 1990-luvulle tultaessa, kun MTV ja Kolmostelevisio yhdessä alkoivat rakentaa tulevaa MTV3:a.

Taulukko 14 Kolmoskanavan alkukauden kaaviorakenne

<table>
<tr><th>Lähetysajan-
kohta</th><th>Kello</th><th>Arkisin</th><th>Viikonloppuisin</th></tr>
<tr><td rowspan="4">Iltapäivä</td><td>15.00–15.30</td><td rowspan="3">[Ei ohjelmaa]</td><td rowspan="3">Urheilua</td></tr>
<tr><td>15.30–16.00</td></tr>
<tr><td>16.00–16.30</td></tr>
<tr><td>16.30–17.00</td><td rowspan="5">TTN/Tänään
Lasten- ja nuortensarjoja
Viihde- ja palveluohjelmia
Komediasarjoja</td><td rowspan="3">Nuortensarjoja
Viihde- ja
asiaohjelmia</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Alkuilta</td><td>17.00–17.30</td></tr>
<tr><td>17.30–18.00</td></tr>
<tr><td>18.00–18.30</td><td rowspan="7">Viihdeohjelmia
Elokuvia
Sarjoja</td></tr>
<tr><td>18.30–19.00</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Prime time</td><td>19.00–19.30</td><td rowspan="5">Draama- ja jännityssarjoja
Elokuvia (ke)
Viihde- ja asiaohjelmia</td></tr>
<tr><td>19.30–20.00</td></tr>
<tr><td>20.00–20.30</td></tr>
<tr><td>20.30–21.00</td></tr>
<tr><td>21.00–21.30</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Myöhäisilta</td><td>21.30–22.00</td><td rowspan="4">Elokuvia (ti)
Draama- ja toimintasarjoja (to)
Urheilua (ma)
[Erikoisohjelmia]</td><td rowspan="4">[Ei ohjelmaa tai
erikoisohjelmia]</td></tr>
<tr><td>22.00–22.30</td></tr>
<tr><td>22.30–23.00</td></tr>
<tr><td>23.00–23.30</td></tr>
</table>

Epäjatkuvuuksista huolimatta Kolmosen kaavion perusstruktuuri on hahmotettavissa (taulukko 14). Varhaisillan tarjonnan (klo 16.30–19.00) muodostivat ajankohtainen ”kotiintulo-ohjelma” ja siihen kytketyt lasten- tai nuortenohjelmat, joiden perään tarjottiin erilaisia palveluohjelmia, viihdesarjoja tai komediasarjoja. Parasta katseluaikaa (klo 19.00–22.00) hallitsivat draama- ja jännityssarjat, mutta joukkoon saattoi mahtua myös elokuvia, viihdeohjelmia ja asiaohjelmia. Silloin, kun Kolmonen tarjosi katsottavaa myös myöhäisillassa (klo 22.00–), tarjolla oli ulkomaisia sarjoja, elokuvia tai urheilua. Myöhäisillassa saatettiin näyttää myös Oscar-gaalan kaltaisia erikoisohjelmia, jotka eivät kuitenkaan olleet jokaviikkoisia. Viikonloppuisin ohjelmisto käynnistettiin jo iltapäivällä, jolloin tarjonnan päärungon muodosti urheilu, jota täydennettiin nuorisosarjoilla. Keski-ilta puolestaan täytettiin elokuvalla, jonka ympärillä nähtiin sarjoja ja viihdettä.

Kokonaisuutena ohjelmakarttaa voi pitää kohderyhmähakuisena, sillä ohjelmablokit näyttävät perustuneen enemmän oletetun yleisön ikään ja sukupuoleen kuin

ohjelman lajityyppiin. Ohjelmiston rakenteellisen analyysin perusteella Kolmonen taas oli kaupallinen kanava, jonka tarjonta painottui "B-tyypin" ohjelmistoon eli sarjafilmeihin, elokuviin ja viihteeseen. Julkisesta palvelusta, "A-tyypistä", se erottui selvästi siinä, että se ei tarjonnut lainkaan tai lähetti vain niukasti uutisia, asiaohjelmia ja opetusohjelmia. Kanavan ainoa ajankohtaisohjelma oli kevytpainos Yleisradion vastaavista, ja asiaohjelmissaankin se etsi perinteisestä yleisradiovalistuksesta poikkeavaa lähestymistapaa. Lastenohjelmissaan kanava turvautui lähinnä amerikkalaisiin animaatioihin, ja ruotsin kieltä kuultiin korkeintaan ruotsalaisissa elokuvissa.

Tarjonnan monipuolisuudessa Kolmonen hävisi selvästi kahdelle pääkanavalle, TV1:lle ja TV2:lle, joiden tarjonnassa Yleisradion ja MTV:n yhdessä rakentama ohjelmisto muodosti tasapainoisemman kokonaisuuden. Monipuolisuudeltaan kanava saavutti vuosikymmenen loppuun mennessä MTV:n tarjonnan kirjon mutta pysyi selvästi yksipuolisempana kuin Yleisradion ohjelmisto. Muutamilla "julkisen palvelun ohjelmillaan", kuten oopperoilla ja konserteilla, Kolmonen kuitenkin saattoi näyttäytyä "hybridikanavana"[162] sekä puolustautua arvostelijoita vastaan ja hakea legitimiteettiä. Tarjoamalla yksittäisiä kulttuurisesti arvostettuja ohjelmia sekä käsittelemällä yleisesti hyväksyttyjä aihepiirejä oikeutusta olemassaololleen olivat hakeneet myös Kolmosen edeltäjät, Tesvisio ja MTV.[163]

Toimeksiantonsa mukaisesti Kolmostelevision onnistui saavuttaa ja jopa ylittää reilusti sille asetettu kotimaisuusvaatimus. Samoin yhtiö toteutti sen tavoitteen, että Kolmosen kaikki kotimaiset ohjelmat tilattiin Yleisradion ja MTV:n ulkopuolelta. Kun runsas kolmannes Kolmoskanavan ohjelmistosta oli kotimaista, se tuli ostaneeksi vuosittain jopa 500–600 tuntia ohjelmaa kotimaisilta ohjelmantuotantoyhtiöiltä. Seuraavassa luvussa tarkastelen sitä, miten Kolmostelevisio ja sen pyörittämä Kolmoskanava myötävaikuttivat ns. indiesektorin syntyyn Suomessa.

INDIESEKTORI SYNTYY

Tänään tässä ja nyt -ohjelman vahdinvaihdosta talvella 1989 muodostui suorastaan pieni medianäytelmä, joka muistutti paitsi siitä, että Kolmosen perustaminen oli ollut viestintäpoliittinen ratkaisu, myös siitä, miten televisiotuotannon luonne muuttuu, kun se nojaa alihankintaorganisaatioon. Kolmoskanava loi Suomeen itsenäisten tuotantoyhtiöiden infrastruktuurin, mutta mitään varmuutta se ei alalle taannut. Tuotantoyhtiöt joutuivat toimimaan omalla riskillä ja kehittämään jatkuvasti uusia ohjelmaideoita.

Kokenut ohjelmantekijä Timo T. A. Mikkonen oli saanut kehitellä *Tänään tässä ja nyt* -makasiiniaan Kolmosen omana palkattuna konsulttina. Tilaajan kiinnostus alkoi kuitenkin laimentua nopeasti, kun ohjelman katsojaluvut pysyivät vaatimattomina, samoin mainostajien ostohalut. Marraskuussa 1988 Kolmostelevisio lähetti tuottajille tarjouspyynnön sitä korvaavasta ohjelmasta. ”Kyse on pitkälle journalistisesta kiinnostavuudesta ja sisällöllisistä tavoitteista”, toimitusjohtaja Lehmusto perusteli. Tarjouksia tulikin peräti 20 kaikkiaan 14:ltä eri tuotantoyhtiöltä, joista yksi oli Mikkosen TTAM Today Oy. Valituksi tuli kuitenkin Oy Ettan-TV-Productions Ab:n ohjelmatarjous, joka nojasi STT:n uutisiin ja ajankohtaisvälähdyksiin eri puolilta Suomea. Ettan oli uusi toimija tv-alalla, mutta se toimi jo Helsingin paikallisradioalloilla, ja sen taustavoimina oli joukko keskeisiä sanomalehtitaloja – *Helsingin Sanomat*, *Uusi Suomi*, *Hufvudstadsbladet*, *Suomen Sosialidemokraatti*, *Suomenmaa* ja *Kansan Uutiset*. Mikkonen syyttikin ratkaisua viestintäpoliittiseksi: ”Taustaryhmien ominaispaino katsottiin, haluttiin ja jouduttiin ottamaan huomioon riippumatta siitä, osasimmeko me tehdä ohjelmaa vai emme. – – Me olemme jääneet niin ison pelin jalkoihin, ettei sille voitu mitään.”

Mikkonen joutui ohjelman peruuttamisen johdosta irtisanomaan parikymmentä henkeä tiimistään.[164]

Tänään tässä ja nyt -makasiinia oli markkinoitu Kolmosen tavaramerkkiohjelmana, koko uuden kanavan tunnuksena. Nyt muotoutuvassa televisiomaailmassa kerran annettu tunnustus ei kuitenkaan sitonut ketään. Uudessa maailmassa sopimukset olivat määräaikaisia ja hinnalla oli lupa kilpailla. Lehmusto muistutti: "Korttipelissäkin pakka pitää sekoittaa välillä uudestaan. Kaikkien ohjelmien osalta meidän pitää päästää myös muut tuottajat tekemään tarjouksensa."[165] Oli siirrytty tilaajan markkinoille. Tässä luvussa tarkastelen, miten nämä markkinat ja niiden edellyttämä itsenäisten ohjelmatuotantoyhtiöiden sektori Suomeen muodostui.

KEHITTYMÄTÖN TUOTANTORAKENNE

Ennen Kolmostelevisiota Suomen televisiotuotantosektori oli jokseenkin kehittymätön. Valtaosan tv-ohjelmista tuottivat Yleisradio ja MTV omalla kalustollaan, omalla henkilökunnallaan ja omissa studioissaan. Suurissa kaupungeissa toimi toki kahdenlaisia yhtiöitä, joilla olisi saattanut olla valmiuksia ryhtyä tekemään ohjelmia myös televisioon. Ensinnäkin oli elokuvayhtiöitä, joilla oli kokemusta kokoillan elokuvista, lyhytelokuvista ja dokumenttielokuvista. Näitä kaikkia ne olivat joko myyneet tai tuottaneet varta vasten televisiolle. Toiseksi oli olemassa mainosfilmitoimistoja ja yritysvideoiden tekijöitä. Käytännössä vain harvat niistä olivat sitten 1960-luvun tehneet mitään yhteistyötä Yleisradion tai MTV:n kanssa, mainoksia lukuun ottamatta.[166]

Audiovisuaalisen tuotannon rakenteita 1980-luvun puolivälissä analysoineen Ilkka Heiskasen mukaan Suomesta puuttui "'terve' pienten ja keskisuurten yritysten kaaderi".[167] Niin Yleisradiolla kuin MTV:llä oli 1980-luvun puolivälissä kolmenlaista yhteistyötä ulkopuolisten tuottajien kanssa: (1) jonkin verran suoria ostoja, (2) yksittäisiä elokuvahankkeita, joihin yhtiöt osallistuivat osarahoittajina, ja (3) yhteistyöprojekteja, joiden luova panos saattoi tulla ulkoa mutta tekniikka yleisradioyhtiöstä. Yleisradion kotimaisen ohjelmiston hankinnoista vain runsas prosentti meni riippumattomalle tuotantosektorille, MTV:n ostoista viitisen prosenttia. MTV:lle ohjelmia olivat tarjonneet esimerkiksi Hannu Karpo ja Spede Pasanen, mutta jälkimmäisenkin televisiotuotannot oli osittain tytäryhtiöitetty MTV:hen vuonna 1983.[168] Vasta Kolmostelevision perustaminen muutti tilanteen.

Ulkopuolisten tuottajien käyttöä oli Suomessa hillinnyt se, että sekä Yleisradio että MTV olivat muovanneet organisaationsa tuotantolähtöisesti. Ne olivat rakentaneet kalliit studiot ja palkanneet osaavan henkilökunnan sillä ajatuksella, että ne voivat tehdä itse kaiken. Ulkopuolisten käyttö olisi johtanut oman resurssien vajaa-

käyttöön. Kuten riippumattoman tuotantosektorin syntyä tutkinut Juha Lassila on huomannut, alalla vallitsi myös minuuttiperusteinen hinnoittelu, joka ei rohkaissut tarjoamaan kalliita draamatuotantoja.[169]

1980-luvulla myös Suomessa kuitenkin havahduttiin ns. yleisradioinflaatioon, joka tarkoitti muun teollisuuden keskiarvoa suurempaa tuotantokustannusten nousua seurauksena toimialan työvoimavaltaisuudesta.[170] Samaan aikaan ohjelmatarve lisääntyi lähetystuntien lisääntyessä ja kalusto kallistui tekniikan kehittyessä. Yleisradion ja MTV:n kasautuvat taloudelliset vaikeudet ennakoivat henkilöstön karsimista. Heräsi tarve miettiä halvempia tapoja tuottaa ohjelmia. Viestintä- ja kulttuuripolitiikan puolella ihanteeksi oli samaan aikaan nostettu tuotantorakenteen monipuolistaminen, jolla uskottiin olevan paitsi myönteisiä taloudellisia myös sisällöllisiä vaikutuksia, koska se voisi tuoda kentälle uusia tekijöitä ja uusia ideoita. Ajattelutapa oli iskostunut leimallisesti nimenomaan Kolmoskanavan perustamissuunnitelmiin, joissa tavoitteeksi asetettiin "työllisyyden ylläpitäminen ja edistäminen audiovisuaalisen ohjelmatuotannon ja kansallisen kulttuurituotannon eri alueilla". Tällainen kotimaisen ohjelmiston, työllisyyden ja tuotantorakenteen kehittämiseen tähtäävä viestintäpoliittinen tavoite oli lainattu Britanniasta, jossa esimerkin tarjosi 1982 käynnistetty Channel Four.[171]

UUSIA YHTIÖITÄ, VANHOJA TEKIJÖITÄ

Koska mitään riippumatonta tuotantosektoria ei Suomessa ollut, oli varsin uhkarohkeaa perustaa televisiokanava, jolle oli asetettu paitsi 20 prosentin kotimaisuusvaatimus myös velvoite hankkia ohjelmansa ulkopuolisilta tuottajilta. Kuten edellä on kerrottu, ohjelmaideoiden tunnustelu alkoi jo ennen toimilupapäätöstä, keväällä 1985, ja syyskuun alkuun mennessä ohjelmajohtaja Tauno Äijälän pöydälle oli tullut ohjelmaehdotuksia yli 30:ltä eri yhtiöltä. Kolmostelevision tulo markkinoille oli sittenkin onnistunut aktivoimaan sekä olemassa olevaa tuottajakenttää että houkuttelemaan alalle uusia yhtiöitä.

Mitä nämä yhtiöt olivat? Keitä niiden taustalla vaikuttaneet tekijät olivat? Millaisia ohjelmia ne tarjosivat? Tarkastelen ns. indiesektorin kehitystä erittelemällä esimerkinomaisesti syksyn 1987 ja 1988 kotimaista tuotantoa. Apuna ovat Kolmostelevisiossa joulukuussa 1987 tehty yhteenveto[172] ja mainittu Juha Lassilan tutkimus.

Kolmostelevision kotimainen ohjelmisto koostui valtaosin iltapäivän pitkästä ajankohtaisohjelmasta sekä erilaisista viihdeohjelmista. Kahden ensimmäisen syksyn kotimaisesta tarjonnasta ne muodostivat jopa kolme neljäsosaa. Muut määrällisesti merkittävät lohkot olivat asiaohjelmat ja urheiluohjelmat, jotka edes yhteen-

laskettuna eivät kuitenkaan yltäneet viihdeohjelmien määrään. Sarjafilmit olivat tuotannollisesti tärkeä alue, mutta tunneissa laskettuna sarjat muodostivat vain 2–4 prosenttia Kolmosen kotimaisesta ohjelmistosta. Syksyllä 1987 *Tänään tässä ja nyt* muodosti yksinään puolet Kolmoskanavan kotimaisesta tarjonnasta.

Siitä, että Kolmonen heti käynnistyessään todella tarjosi työtilaisuuksia, kertoo se, että ensimmäisen syksyn ohjelmistoon ostettiin kaikkiaan 360 ohjelmaa 24 tuotantoyhtiöltä. Ohjelma-ajassa laskettuna ostojen määrä oli peräti 284 tuntia. Seuraavana syksynä hankintojen määrä oli hieman maltillisempi: 208 tuntia, eli 271 ohjelmaa 26 yhtiöltä. Kahtena peräkkäisenä syksynä Kolmostelevisio teki tuotan-

Taulukko 15 Kolmoskanavan kotimaiset alihankinnat syksyllä 1987 ja 1988

Ohjelmatyyppi	Tuntimäärä, syksy 1987	Tuntimäärä, syksy 1988	Keskeisiä tuottajayhtiöitä
Ajankohtaisohjelmia	147	90	TTAM Today
Asiaohjelmia	11	24	Provision, Reportteri, Oldstars
Kulttuuriohjelmia	8	13	VipVision, Nosferatu Tuotanto
Sarjanäytelmiä	12	5	FantasiaFilmi, Provision, Showline, Tiedotustoimisto Murtovaara & Tenhunen, National Filmi
Tv-elokuvia	0	3	FantasiaFilmi
Viihdeohjelmia	58	63	VipVision, Oldstars, Spede Yhtiöt, Provision
Urheiluohjelmia	30	10	VipVision, CreaVideo
Lasten- ja nuortenohjelmia	18	0	TTAM Media
Yhteensä	284	208	43 yhtiötä

Lähde: Kotimainen ohjelmisto 1.9.87–3.1.88 (viikot 36–53/87), Kolmostelevision muistio 15.12.1987 (HSK); Lassila 1989.


TEKSTI: RISTO LINDSTEDT
KUVAT: PETRI KAIPIAINEN

Kolmoskanavan ohjelmien kertyminen MTV:n ohjelmapäällikön Tauno Äijälän työhuoneen nurkkaan on alkanut. Neuvotteluja käydään 10 ulkomaisen yhtiön kanssa, 93 kotimaista tuottajaa on saanut tarjouspyynnön.

TÄSSÄ NURKASSA MUHII MELLAKKA KANAVA

Kolmoskanavan ohjelmatoiminta on vielä tällä hetkellä kaikkea sitä, mistä ei ole sovittu, päätetty tai valintaa tehty.

”Tässä muhii mellakkakanava”, Suomen Kuvalehti otsikoi elokuussa 1986. Kuvassa näkyi ohjelmajohtaja Tauno Äijälän pöydällä odottaneita ohjelmaideoita ja kasetteja, joista kanava oli määrä rakentaa.

toyhteistyötä 43:n eri firman kanssa ja tilasi niiltä ohjelmia siis lähes 500 tunnin verran.[173]

Tuottajista erottuivat tässä vaiheessa kaksi muita suurempaa: TTAM Today ja VipVision, jotka kahtena ensimmäisenä syksynä tuottivat yhdessä jopa kaksi kolmannesta Kolmoskanavan kotimaisesta ohjelmistosta. TTAM Todayn leipäpuu oli *Tänään tässä ja nyt*, jota syksyllä 1987 lähetettiin 132 tuntia, mutta seuraavana syksynä enää 90 tuntia. Timo T. A. Mikkosen toinen yhtiö, TTAM Media Ky, tuotti ensimmäisenä syksynä lisäksi *Top Ten* -nimistä nuortenohjelmaa yhteensä kymmenen puolen tunnin mittaisen jakson verran. VipVisionin ohjelmakirjo oli alusta alkaen laajempi: se tuotti paitsi päivittäistä visailua *Kolmosvisaa*, *Seitsemättä hetkeä* ja säännöllisiä jääkiekon SM-liigan otteluita myös yksittäisiä tapahtumataltiointeja, kuten urheilukilpailuja, missikilpailuja ja konsertteja. Molempina syksyinä niistä kertyi yli 50 tuntia ohjelmaa. Muita merkittäviä alihankkijoita Kolmosen ohjelmakartalla olivat Crea-Video, FantasiaFilmi, Nosferatu Tuotanto, Oldstars, Proforra Promotion, Provision, Reportteri, Showline ja Spede Yhtiöt. (Taulukko 15.)

Timo T. A. Mikkonen oli jo Kolmosen perustamisen aikaan televisiotoiminnan veteraani, vaikka olikin vasta nelikymppinen. Hän oli isännöinyt omaa keskusteluohjelmaansa *M-showta* MTV:ssä vuosina 1971–1974 ja oli silloin kyennyt yhdistämään toimittajan, juontajan ja viihdetähden roolit, kuten hänen televisiouraansa eritellyt Sari Elfving on huomauttanut.[174] Aikalaiskeskustelussa Mikkonen samastettiin amerikkalaistyylisen television talk show -perinteeseen. Vuonna 1977 lähetetyssä *U.S. Media* -sarjassaan hän pukeutui jopa stetsonhattuun. Vähitellen Mikkonen oli laajentanut televisiotuotannon puolelle perustamalla

oman yhtiön, joka tarjosi Kolmostelevisiolle ensimmäisenä ideanaan *Top Ten* -musiikkivideo-ohjelmaa, joka toteutuikin.[175] Kun hänet tammikuussa 1987 sitten pestattiin Kolmostelevision konsultiksi kehittelemään ajankohtaisohjelman konseptia, hän perusti tulevaa ohjelmaa varten erillisen yhtiön TTAM Today Oy:n.[176]

VipVision oli puolestaan pääasiassa Jarmo Porolan ja Kalervo Kummolan omistama tamperelaisyhtiö, joka perustettiin 1986 nimenomaan Kolmoskanavan innoittamana. Ensimmäiset ohjelmaideansa yhtiö toimitti Tauno Äijälän työpöydälle Asianajotoimisto Jokinen & Salevan nimissä. Sen useita ohjelmaideoita sisältäneellä listalla oli muun muassa viikoittainen visailuohjelma, joka kiertäisi yleisön edessä näkyvyysalueen eri paikkakunnilla, sekä toistakymmentä tapahtumataltiointia. Kummola oli jääkiekkovaikuttaja, joka ymmärsi paitsi urheiluyhteyksien myös liiketoiminnan päälle, Porola taas Yleisradion TV2:n entinen viihdepäällikkö, joka tiesi kaiken televisio-ohjelmien tekemisestä. Kolmosen suhde VipVisioniin muodostui siinä määrin likeiseksi, että ohjelmajohtaja Heikki Seppälä kertoo suorastaan testanneensa omia ohjelmistoideoitaan Porolalla, joka Seppälän tapaan oli aloittanut uransa jo TES-TV:ssä. Sekä Äijälän että Seppälän mukaan alkuvaiheen yhteistyökumppaneista juuri VipVision ymmärsi parhaiten televisiotuotannon tarpeet ja osasi muokata ideoitaan ja ohjelmatarjouksiaan sen mukaisesti.[177]

Sekä TTAM Todayn ja TTAM Median että VipVisionin taustalla oli siis vankkaa kokemusta televisiotyöstä. Sitä löytyi muistakin yhtiöistä. FantasiaFilmi oli vuonna 1983 perustettu elokuvayhtiö, mutta sen tuottaja-omistaja Asko Apajalahti oli työskennellyt aiemmin MTV:ssä. FantasiaFilmille oli melkoinen onnenpotku päästä tuottamaan paitsi 20-jaksoinen *Kasvu*-sarja myös 15 videoelokuvaa Kolmoselle.[178] Oldstars oli Yleisradiossa pitkään äänittäjänä ja kuvaajana työskennelleen Jouko Lehmuskallion vuonna 1982 perustama yhtiö, jonka näkyvimmäksi kädenjäljeksi uudella kanavalla jäi Matti Pellonpään ja Pekka Laihon vetämä visailu *Annasku mietin*, mutta lisäksi se teki pisteohjelmina sekä urheilua että asiaa. Näille kahdelle yritykselle Kolmostelevisio tarjosi tilaisuuden laajentaa toimiaan ja vähentää vajaakapasiteettiaan.[179]

Tuttua tekijäkaartia edusti myös Spede Yhtiöt, joka alkoi tehdä *Spede Special* -viihdeohjelmaa Kolmoselle syksyllä 1988. Pasanen oli jokapäiväinen vieras MTV:n käytävillä, koska hänen Filmituotanto Spede Pasanen -yhtiönsä oli MTV:n tytäryhtiö, jonka toimitusjohtajana perustaja kuitenkin toimi. Ohjelmajohtaja Seppälän mukaan Spede tuli usein Kolmostelevision kerrokseen, ehkä siksi, että sen kahviautomaatista sai ilmaista kahvia. Vähitellen osapuolet oppivat tuntemaan toisensa ja tutustuminen kasvoi yhteistyöksi, joka jatkui koko Kolmoskanavan toiminnan ajan. Silloinen tiedotuspäällikkö Hämäläinen muistelee: ”Spede jotenkin tajusi meidän hullun tilanteen ja myös sen rennon fiiliksen, joka siellä varmasti tuli vastaan. – – Se oli meille hieno juttu, että Spede, joka oli valmis suosikki, tuli meidän ruutuun.”[180]



Ohjelmatoimisto Provision tuotti Kolmoselle syksyksi 1987 kuusiosaisen komediasarjan Mimmiliiga. Sen pääosissa olivat Ritva Koskensuu (vas.), Lilli Suomalainen, Maippi Heljo, Hannele Lauri ja Hellevi Seiro. Kuva: MTV3 / HS-arkisto

Kokemusta oli myös Showlinella, joka oli tv-viihdettä pitkään tehneen Pertti Reposen perheen yhtiö. Reponen oli tehnyt vuosikaudet läheistä yhteistyötä MTV:n kanssa luomalla ohjelmakokonaisuuksia, joihin käsikirjoituksen lisäksi kuuluivat myös näyttelijät.[181] Showline tuotti Kolmosen ensimmäiseen syksyyn kuusiosaisen sarjafilmin *Kaikki ihanat naiseni*. Nosferatu taas oli Peter von Baghin yhtiö, joka alkoi tehdä Kolmosen sunnuntaielokuvien edellä lähetettyä lyhyttä *Ennen elokuvaa* -ohjelmaa. Elokuvamaailman monitoimimiehenä tunnetun Baghin yhtiö oli aiemmin tuottanut dokumenttielokuvia. Uudempaa tekijäpolvea toivat kuvaan Reportteri Oy, joka tuotti *Kolmosvaihdetta* ja oli kahden tv-toimittajan Arto Nurmen ja Esa Korjulan perustama yritys.[182]

Viestintä- ja mainosalan osaamista tuottajakirjoon toivat Provision, Proforra Promotion ja Videa AV-Production. Provision oli MTV:n, Uuden Suomen ja Crea-Filmin omistama kokenut ohjelmatoimisto, joka tuotti Kolmoselle muun muassa sarjanäytelmän *Mimmiliiga*, nuorisoviihdeohjelman *Cocko Looro* sekä viihteelliset

asiaohjelmat *Viha ja rakkaus* ja *Saispas kerran*. Proforra oli Mika Forsmanin ja Paul Raudseppin 1985 perustama yritys, joka oli erikoistunut erilaisten tapahtumien markkinointiin mutta oli myös tehnyt esimerkiksi oopperataltiointeja Yleisradiolle ja HTV:lle. Kolmoselle se teki kahdeksan puolituntista *Rock Cafe* -ohjelmaa sekä muutamia tapahtumataltiointeja. Videa puolestaan oli kehitysyhtiö Manconin omistama yritysvideoihin ja mainoksiin erikoistunut yhtiö, jonka toimitusjohtajana oli vanha tv-ammattilainen Vesa Nuotio. Videa oli tehnyt yksittäisiä ohjelmia ja jopa yhden sarjafilmin MTV:lle. Kolmosen ruutuun se toi kerran kuussa esitetyn musiikkivideo-ohjelman *Top 40*.[183]

Riippumattoman tuotantosektorin ensimmäinen polvi koostui tarkastelun perusteella vanhoista tv-alan tekijöistä, jotka joko jo ennen Kolmostelevision perustamista tai sen innoittamina päättivät kokeilla siipiään yrittäjinä. Moni 1980-luvun lopussa aloittaneista yhtiöistä teki sittemmin konkurssin, toiset taas myytiin suuremmille yhtiöille, jotka 1990-luvulla alkoivat vallata kenttää, mutta alalle jäi myös Saku Tuomisen Broadcasters Oy:n ja Jaakko Visurin Vizor Oy:n kaltaisia menestyjiä. 1990-luvun puoliväliin mennessä konkurssiherkäksi osoittautunut toimiala oli kasvanut liikevaihdoltaan 300–400 miljoonan markan, eli noin 60–80 miljoonan nykyeuron, suuruiseksi.[184] EU:n televisiodirektiivi, joka vaati tv-yhtiöitä varaamaan vähintään kymmenen prosenttia ohjelmabudjeteistaan riippumattomilta tuottajilta tehtäviin hankintoihin,[185] oli silloin kasvattanut MTV:n independent-osuuden 18 prosenttiin. Yleisradio osti ulkopuolelta edelleen pääasiassa elokuvia, mutta MTV3 – jonka kotimaisista tilauksista vastasi nyt Kolmostelevisio – oli ulkoistanut useimpien kotimaisten visailu- ja peliohjelmiensa (mm. *Onnenpyörä*), sketsiviihteensä (mm. *Vintiöt*), sarjafilmiensä (mm. *Blondi tuli taloon*) sekä asiaohjelmiensa (mm. *Bon apetit*, *Seuraava potilas*) tuotannon.[186] Indietuotannoista oli tullut televisiotuotannon uusi normi.

SOPIMUSKULTTUURI MUODOSTUU

Kolmostelevision alkutaipaleella yhtiö käytti lukuisten yhtiöiden palveluita, mutta toiminnan vakiintuessa yhteistyökumppanien määrä kutistui pariinkymmeneen, joista useimmilta ostettiin lopulta hyvin vähän. Alkuvaiheen laajaa tuottajakirjoa selittää tietoinen kokeilu ja tuottajakunnan kouliminen.[187] Ohjelmajohtaja Heikki Seppälän mukaan kyse oli yhtäältä yhtiöiden kilpailuttamisesta, toisaalta myös siitä, ettei kanava joutuisi millään ohjelma-alueella tilanteeseen, jossa sillä olisi sopimuskumppaninaan vain yksi dominoiva tuotantoyhtiö: ”Jos VipVision olisi saanut kaikki urheiluohjelmat, niin kuin se mielellään olisi varmasti ottanut, olisin ollut yhtäkkiä tilanteessa, ettei minulla ollut vaihtoehtoja.”[188]

Lassilan mukaan Kolmostelevision valintakynnys oli lopulta matala, koska alan kilpailu oli vielä vähäistä. Koska yhtiöllä ei ollut resursseja määrätietoiseen tuotantojen ohjaukseen, laatuvaatimuksia ei viritetty kovin korkealle. Tärkeintä oli, että tuottaja pystyi toteuttamaan ideansa ja toimittamaan ohjelman ajoissa.[189]

Ohjelmaideat Kolmosen päättäjäkaksikkona toimineet Heikki Seppälä ja Kari Kyrönseppä ottivat mieluiten vastaan kirjallisesti, kiteytettynä yhden liuskan mittaan. Parin viikon välein he kokoontuivat palaveriin, jossa ehdotukset käytiin läpi. Jos idea kiinnosti, se pantiin jatkojalostukseen pyytämällä tuottajalta lisää tietoa hankkeesta, kustannuksista, käsikirjoituksesta ja niin edelleen. Valtaosa ideoista tuli uusilta tahoilta, joilla ei ollut aiempaa kokemusta tv-alalta. Kymmenestä esitetystä ideasta kaksi kolme pääsi toiseen vaiheeseen, toiseen vaiheeseen päässeistä puolestaan noin kolmannes päätyi lopulta tuotantoon. Tilausten määrää sääteli voimakkaimmin rahan niukkuus, minkä johdosta Kolmostelevisio ei pystynyt testaamaan ohjelmaideoita, kuten isot kaupalliset tv-yhtiöt esimerkiksi Yhdysvalloissa tekevät. Myöskään pilottiohjelmien tilaamista ei Suomen niukoissa oloissa voitu harjoittaa.[190]

Kolmonen pyrki myös pitämään tuottajakenttään säännöllisesti yhteyttä. Näin siksi, että yhtiö oli riippuvainen niiden ideoista, mutta myös siksi, että se uskoi säännöllisen yhteydenpidon parantavan ideoita. Se halusi evästää yhteistyökumppaneitaan periaatteistaan ja tarpeistaan. Yksi yhteydenpitomuodoista oli säännöllinen kausikirje, joka oli Kyrönsepän ja Seppälän käsialaa. ”Minkälaisia ohjelmia kaipaamme?” syyskuussa 1988 tuotantoyhtiöille lähetetyssä kirjeessä kysyttiin. Vastaus kuului: ”Kun kansainvälinen materiaali perustuu valintoihin valmiista ohjelmista, voidaan kotimainen teettää alusta lähtien mittatilaustyönä”, joka pyrkii ”uutuuteen, yllättävyyteen ja säväyttävyyteen”. Yhtiön toivomuksena oli, että sille tarjottaisiin ”ohjelmatyyppejä, joita muilla kanavilla ei ole”.[191]

Jos Kolmostelevisiolla oli pula rahasta, sama syy rajoitti myös tuotantoyhtiöiden rohkeutta. Ensimmäisen maksun tuottajalle Kolmostelevisio tilitti vasta, kun ohjelma oli esitetty televisiossa. Siihen asti tuottaja liikkui omalla riskillä. Ohjelmistoonkin ohjelma hyväksyttiin vasta, kun se oli kokonaisuudessaan näytetty Kolmosen päättäjille. Seppälä myöntää Kolmosen sopimuskäytännön tiukaksi: ”Siinä oli aika selvästi ilmaistu, että jos tuote ei tyydytä tilaajaa, sopimus raukeaa. Ilman maksuvelvoitetta.” Jos kysymys oli sarjasta, purkaminen saattoi sopimusmallin mukaan tapahtua ”milloin tahansa tuotannon kestäessä”.[192] Toinen riski sisältyi siihen, että vaikka Kolmonen enenevästi pyrkikin pitkäaikaiseen yhteistyöhön luotettaviksi toteamiensa yhtiöiden kanssa, yksittäiset sopimukset olivat poikkeuksetta lyhyitä, yleensä vain yhden tuotantokauden mittaisia. Ohjelmarunko uudistui koko ajan, ja saadakseen jatkosopimuksia, yhtiöiden piti kehittää uusia ohjelmaideoita ja saada ne kaupatuksi Kolmostelevisiolle. Kyse oli aidosti ostajan markkinoista, jossa myös hintatason määräsi tilaaja.[193]

Valitettavasti sopimuksia, saati Kolmostelevision ohjelmistobudjetteja, ei ole johdonmukaisesti tallessa. Parhaan osviitan antanevat ohjelmajohtaja Äijälän syksyllä 1986 laatimat laskelmat ja sopimusluonnokset. Esimerkiksi TTAM Medialta tilatusta 11-osaisesta *Top Ten* -ohjelmasta, jonka kukin jakso oli 23 minuutin mittainen – siis mainoksineen puolituntinen –, Kolmonen maksoi 50 000 markkaa jaksolta. Nykyrahaksi deflatoituna hinta olisi noin 14 000 euroa. Kolmostelevision hallitukselle joulukuun alussa tekemässään tilausesityksessä Äijälä laski ohjelmatunnin keskihinnaksi 100 000 markkaa. Kun tämä ensimmäinen erä sisälsi kaikkiaan 17 ohjelman ja yhteensä 105 ohjelmatunnin tilauksen, kyse oli 10,5 miljoonan markan tulonsiirrosta kehkeytymässä olevalle kotimaiselle indiesektorille.[194]

Määrä ei ollut kokonaisuudessaan suuri, mutta se oli alku. Samaan aikaan esimerkiksi amerikkalaisen sarjafilmin tai elokuvan hankintakustannus suomeksi tekstitettynä oli Kolmoselle noin 12 000 markkaa.[195] Halvallakin kotimaiselta nyrkkipajalta ostettu viihdeohjelma maksoi siis vähintään kahdeksan kertaa enemmän kuin Hollywoodissa valmistettu huipputuote. Hyvin toimintansa organisoineelle tuotantoyhtiölle korvaus kuitenkin saattoi riittää. Kolmonen näyttää maksaneen ohjelmistaan myös poikkeuksellisen vähän. 1980-luvun lopulla tavanomainen arvio Yleisradion ja MTV:n tv-ohjelmien keskituntihinnasta liikkui 200 000–250 000 markan suuruusluokassa. Esimerkiksi kotimaisen draaman tuntihinnaksi arvioitiin 400 000–600 000 markkaa, studiossa toteutetun tietokilpailun hinnaksi 80 000–120 000 ja kotimaisen tv-sarjan kustannukseksi 300 000–400 000 markkaa tunnilta.[196] Toisaalta olisi väärin syyttää yksin Kolmostelevisiota hintojen polkemisesta. Käytännössä alennetun hintatason hyväksyivät myös Yleisradio ja MTV päättäessään kanavan ohjelmatoiminnan resursseista yhtiön hallituksessa.

Laskelmat kertovat myös, että vaikka selvä enemmistö Kolmostelevision hankintavaroista meni kotimaiseen ohjelmistoon, sillä saatiin täytettyä vain kolmannes ohjelmakartasta. Kolmoskanavan viestintäpoliittiseksi tehtäväksi annettu kotimaisen ohjelmatuotannon kehittäminen tehtiin hintatasoa laskemalla – eikä se silti tullut halvaksi.

YLEISÖ TAIPUU HITAASTI

Ohjelmajohtaja Heikki Seppälän mukaan omistajat suhtautuivat Kolmoseen alusta alkaen kilpailijana, mutta sellaisena se näki myös itsensä:

> Periaatteessa meille toivottiin parhainta menestystä, mutta käytännössä me jouduimme hakemaan ne tavat, joilla siinä tilanteessa saattoi menestyä. Kaaviosuunnittelussa oli pakko miettiä, millä sinne sekaan mennään, että me löytäisimme katsojia. Ja toisaalta sitä, millaista kohderyhmää me ryhdymme hakemaan. Oli pakko katsoa olemassa olevia kanavia ja analysoida, mistä sieltä löytyi heikko paikka, johon ehkä kannatti iskeä.[197]

Koska TV1:n, TV2:n ja MTV:n tarjonta oli hänen mukaansa ”aika konservatiivista”, Kolmostelevisio valitsi yhdeksi lähtökohdakseen uudenlaisen ikäprofiilin, mikä olikin odotusten mukaista, koska nimenomaan nuoren katsojakunnan oli pelätty hylkäävän kotimaiset vaihtoehdot ja loikkaavan taivaskanavien katsomoon. Seppälä selittää: ”Nuorekkuuden tuominen oli yksi semmoinen keino, jolla pystyi hakemaan responssia yleisöltä.”[198]

John Ellis sanoo television muutosta käsittelevässä kirjassaan *Seeing Things* television muuttuneen tarjontavetoisesta (*offer-led*) kysyntävetoiseksi (*demand-led*). Muutos liittyy siihen, että, kun niukkuuden oloissa yleisö katsoi käytännöllisesti katsoen kaiken, mitä ruutu tarjosi, sen käytös muuttui valinnan ja edelleen yltäkylläisyyden aikakauden myötä yhä vaikeammin ennakoitavaksi.[199] Televisio siirtyi varmuudesta epävarmuuteen, mitä tähdentää myös Ellisin kirjan alaotsikko: *Television in the Age of Uncertainty*. Kun yleisradioyhtiöt eivät enää voineet luottaa suuren yleisön läsnäoloon ja suosioon, ne kohdistivat huomionsa kohdeyleisöihin.

Kohderyhmäajattelu oli 1980-luvulla uutta suomalaisessa televisiossa.[200] Taustalla oli havainto, että televisioyleisö oli eriytymässä: televisio ei enää ollutkaan yhtenäiskulttuuria. Kaupallisella puolella puolestaan ei enää riittänyt perinteinen ”pienimmän yhteisen nimittäjän” ohjelmapolitiikka, joka tähtäsi joka hetki suurimpaan mahdolliseen yleisöön. Tärkeämmäksi alkoi muodostua ohjelmisto, joka houkuttelisi mainostajia kiinnostavia yleisöjä. Siten katsojakunnan määrä menetti merkitystään sen laadun kustannuksella.

Kolmoskanava oli suomalaisen television ensimmäinen kohderyhmäkanava. Strategiaa motivoi yhtäältä pääkanavien ylivoima. Koska Kolmonen aloitti tyhjästä ja maantieteellisesti hyvin rajatulta alueelta, se ei voinut tavoitella suuria yleisömassoja vaan joutui kohdentamaan ohjelmiaan sellaisille yleisöryhmille, jotka se arveli ”alipalvelluiksi”. Kohderyhmäajattelu perustui siten jo kanavan kilpailuasemaan, mutta se sisältyi myös Kolmoskanavalle annettuun viestintäpoliittiseen tehtävään. Kolmosen oli määrä täydentää olemassa olevaa ohjelmatarjontaa ja tarjota sellainen katseluvaihtoehto, joka estäisi suurimmassa karkaamisvaarassa olleiden katsojaryhmien paon ulkomaisten kanavien pariin. Kaapelien ja satelliittien välittämät kilpailevat kanavat olivat nimenomaan kohderyhmähakuisia. Se tarkoitti käytännössä sitä, että Kolmosen piti houkutella nuorekasta urbaania katsojakuntaa: lapsia, nuoria ja kaupungeissa asuvia nuoria aikuisia.

Miten Kolmonen tässä tehtävässään onnistui?

NUORTEN KAUPUNKILAISTEN KANAVA

Finnpanel aloitti joulukuussa 1986 nykyaikaisen televisioyleisömittauksen. Yleensä ajatellaan tv-mittarin lisäävän lyhytnäköistä tuijottamista katsojalukuihin ja pyrkimystä nimenomaan mahdollisimman suuriin yleisömääriin. Se ei ole koko totuus. Katsojamittauksen varsinainen anti liittyy siihen, että se mahdollistaa aiempaa paremmin katsojien mieltymysten analyysin. Mittarilukujen perusteella katsojia voidaan ryhmitellä ja tyypitellä tv-yhtiöiden tarpeiden mukaisella tavalla. Absoluuttiset katsojaluvut menettävät merkitystään senkin tähden, että kilpailun lisääntyessä yhä tärkeämmiksi käyvät kunkin ajankohdan kanavakohtaiset katseluosuudet, sillä niiden kautta yhtiöt saavat tietoa ohjelmistojensa kilpailukykyisyydestä ja voivat päätellä, millaiset ohjelmat mitäkin yleisölohkoa kiinnostavat. Kohderyhmäajattelun myötä kaikkein tärkeimmäksi kysymykseksi muodostuu, onnistuuko kaavion laatinut ohjelmistosuunnittelija houkuttelemaan kanavalle halutun kohdeyleisön. Mittaritutkimuksen rinnalle tv-yhtiöt ovat sittemmin ottaneet muita analyysikeinoja, kuten RISC ja Monitor, joilla ne toivovat saavansa lisää laadullista tietoa katsojakunnastaan.[201]

Kohderyhmien merkitys korostuu etenkin silloin, kun tv-kanava hankkii rahoituksensa mainosmarkkinoilta. Koska ohjelman katsojaprofiili kiinnostaa mainostajaa, joka etsii oikeaa mainosalustaa tuotteelleen, se kiinnostaa enenevästi myös kanavaa. Vuonna 1997 käynnistyneen Nelosen kohdeyleisöhakuisuutta tutkineen Miia Kaarlelan mukaan katsojatutkimustietojen analyysia voidaan syventää jakamalla kohderyhmä pienempiin osiin ja tarkastelemalla näiden osaryhmien televisionkatselua. Selvitettävissä on myös, miten kohderyhmään kuuluvat katsovat eri kanavia eri aikoina.[202]

Kohderyhmäajattelussa tärkeää on nimenomaan kohderyhmien rummuttaminen mainostajille. MTV:n mainoshinnastoihin tiedot eri ohjelmien yleisökoostumuksista ilmaantuivat 1980-luvun lopulla, samaan aikaan, kun Kolmostelevisio ilmaantui markkinoille. Esimerkiksi kevään 1988 hinnastossaan MTV kertoi *Napakympin* tavoittavan 68 prosenttia suomalaisista perheenemännistä ja *Kymmenen uutisten* saavuttavan 71 prosenttia toimihenkilöistä.[203] Tällaiset numerot eivät olleet ainoastaan viestejä mainostajille, vaan kertoivat myös ajattelutavan muuttumisesta. Kiinnostavaa kyllä Kolmostelevision mainoshinnastoissa kohderyhmäajattelu alkoi näkyä vasta 1989, jolloin se ensi kertaa esitteli ”kohderyhmäpaketteina” urheilu- ja kulttuuriohjelmien yhteyteen myytävät mainospaketit *Urheilukolmosen* ja *Kulttuurikolmosen*.[204] Siihen asti kanava oli pyrkinyt legitimoimaan olemassaoloaan korostamalla monipuolisuuttaan kanavana, joka palvelee niin naisia kuin miehiä ja niin nuoria kuin vanhoja.

Kolmoskanavan ensisijaista demografiaryhmää ei koskaan määritelty yhtä tarkasti kuin Nelonen määritteli omansa vuosikymmen myöhemmin. Mutta jos Nelonen kohdisti tarjontansa ensisijaisesti 25–44-vuotiaille kaupunkilaisille,[205] Kolmosen kohderyhmäksi voitaisiin tulkita 10–44-vuotiaat kaupunkilaiset, sillä paitsi elokuvilla, urheilulla ja sarjaviihteellä myös lasten- ja nuortenohjelmilla oli sen ohjelmistossa alusta alkaen suuri merkitys. Sittemmin MTV:n omistuksessa Kolmonen alkoi menettää kohderyhmäluonnettaan ja kääntyä yhä enemmän suurten yleisöjen suuntaan.

Kolmosen alkuaikojen kohderyhmähakuisuus näkyy ensisijaisesti ohjelmistossa, jossa rakennettiin vakioituja blokkeja eri katsojaryhmille. Iltapäiväohjelman sisään oli rakennettu lastenohjelmien lyhyt blokki piirrettyine filmeineen (*Jogi-karhu*, *Pikku Muppetit*, *He-Man*). Sitä seurasi nuoriso- ja perheohjelmien blokki, jossa oli komediasarjoja (*Batman*, *Alf*), draamasarjoja (*Kasvu*, *Falcon Crest*), viihdettä (*Rock Cafe*, *Kolmosvisa*, *Spede Special*) sekä ruoka- ja sisustusohjelmia. Prime time rakennettiin nuorten aikuisten makuun ulkomaisten menestyssarjojen ja elokuvien avulla, kun taas loppuiltoina saatettiin tavoitella kulttuurista ja urheilusta kiinnostuneita erityisyleisöjä lähettämällä vaikka NHL:n jääkiekkoa tai oopperataltiointi La Scalasta. Kolmosen kohderyhmän potentiaalinen ikähaitari oli siis lopulta laaja,

sillä esimerkiksi kulttuuriohjelmien kiinnostuksen voi olettaa voimakkaimmaksi vasta yli 45-vuotiaiden keskuudessa. Sukupuolen näkökulmasta kanava tarjosi ohjelmistoa niin miehille (urheilu) kuin naisille (sisustus- ja ruokaohjelmat).

Jos Nelosen rakentaminen kohderyhmäkanavaksi nojasi puolittain tietoisesti Everett M. Rogersin sosiologiseen teoriaan innovaatioiden leviämisestä,[206] Kolmosen strategia perustui siihen vaistonvaraisesti. Rogers muodosti teoriassaan viisi ideaalityyppistä omaksujaryhmää: innovaattorit, varhaiset omaksujat, varhainen enemmistö, myöhäinen enemmistö ja vitkastelijat. Kolmonen haki nimenomaan varhaisten omaksujien vastakaikua: suurissa kaupungeissa asuvien, ennakkoluulottomien, useita tietolähteitä käyttävien kosmopoliittien suosiota. Tämän etujoukon kautta suosio voisi sitten levitä laajemmalle, myöhäiseen enemmistöön ja vitkastelijoihin asti.



"Pojat, mä en tule ens' keskiviikkona... sillä WALKER alkaa Kolmosella." Syyskuussa 1989 julkaistussa Iltalehden ilmoituksessa kanava markkinoi miehille suuntaamiaan ohjelmia: Vakoilupeli, Iso kolmonen ja Iltalenkki.

KATSELUOSUUDEN KEHITYS

Ensimmäisinä toimintavuosinaan Kolmonen ei ollut vielä mukana Finnpanelin mittaritutkimuksessa toisin kuin Yleisradio ja MTV. Mittaritutkimus olisi ollut yhtiölle kallis, eikä se olisi kovin hyvin kuvannut kanavan maantieteellisesti rajatun yleisön katselua. Sen tähden yhtiö teetti omia yleisötutkimuksiaan, joita laadittiin joko puhelinkyselyillä, haastattelemalla tai päiväkirjamenetelmällä. Niillä se haki vahvistusta yleisöstrategialleen.

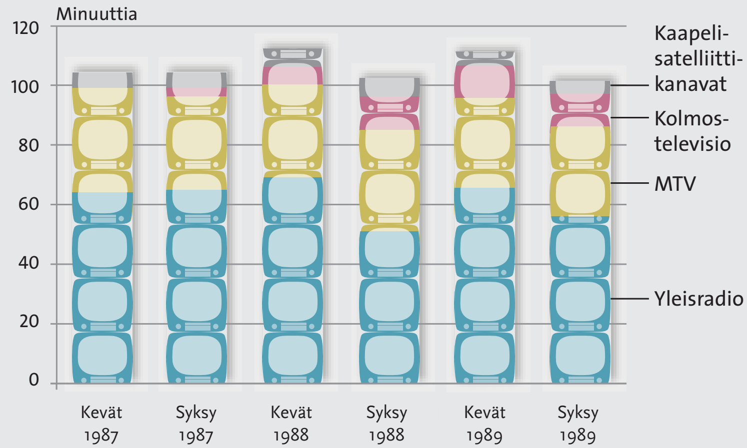
Ensimmäinen kysely tehtiin jo koelähetysten ensimmäisellä viikolla. Sitä varten Markkinointi Viherjuuri haastatteli 138:aa miestä ja naista HTV:n näkyvyysalueella. Haastatelluista 44 prosenttia kertoi katsoneensa ensi-iltaelokuvana esitetyn *Sound of Musicin*. Suomen Gallupin kaksi viikkoa myöhemmin tekemässä puhelinkyselyssä, jossa vastaajia oli jo 524, kanavan näkyvyysalueen asukkaista 37 prosenttia ilmoitti katselleensa Kolmoskanavaa ja esitettyjen elokuvien keskimääräiseksi katsojamääräksi saatiin peräti satatuhatta. Kolmosen keskeinen kilpailija HTV teetti Finnpanelilla vastatutkimuksen, jonka tulokset kyseenalaistivat Kolmosen raportoimat luvut: *Sound of Musicilla* olisikin ollut vain 25 000 katsojaa ja viikon muilla elokuvilla keskimäärin vain kymmenisentuhatta.[207]

Kun yhteisesti hyväksyttyä tutkimusta ei ollut, katsojaluvuilla oli helppo taittaa peistä. Eroja selitti se, että tutkimusten ajankohta ja tutkittu alue olivat erilaiset. Myös menetelmä vaikutti asiaan, sillä puhelinkyselyillä yleensä saadaan suurempia katsojamääriä kuin päiväkirjatutkimuksella, mittaritutkimuksesta puhumattakaan. Puhelinkyselyssä vastaaja sanoo herkästi katsoneensa ohjelman, vaikka todellisuudessa oli katsonut siitä vain osan ja karannut puoli yhdeksältä katsomaan Yleisradion pääuutisia.[208] Ilmeistä on, että Kolmosen avausviikon elokuvilla katsojia oli todellisuudessa korkeintaan muutamia kymmeniä tuhansia mutta että katsojakunta kasvoi viikosta toiseen.

Vajaata vuotta myöhemmin, marras–joulukuussa 1987, Consumer Compass - Kuluttajatieto Oy teki Helsingin alueella puhelinhaastattelututkimuksen, joka kertoi, että 47 prosenttia pääkaupunkilaisista katsoi Kolmosta lähes joka päivä. Katsojaprofiilissa korostuivat jonkin verran miehet sekä erityisesti 15–19- ja 30–44-vuotiaat. Siinä vaiheessa Kolmonen oli työväestön ja opiskelijoiden televisiokanava.[209] Samaan aikaan Pertti Tiihonen tutki Yleisradion tilauksesta pääkaupunkiseutulaisten televisiotottumuksia. Sen mukaan talouksissa, joissa ei ollut kaapelikanavia, Kolmonen oli saavuttanut jo lähes viidenneksen katseluosuuden, ja kaapelitalouksissakin Kolmosta katsottiin jo enemmän kuin kaapelikanavia.[210]

Vaikka Kolmonen ei mittaritutkimuksen tilaajakuntaan kuulunutkaan ennen syksyä 1989, mittaritutkimus antoi käsityksen kanavan katsojamäärästä. Jos katselun kehitystä tarkastellaan esityskausittain, Kolmonen saavutti valtakunnallisen 10

Kuvio 8 Televisioyhtiöiden valtakunnallisten katseluosuuksien kehitys 1987–1989



Lähde: Finnpanel Oy:n tv-mittaritutkimus. Ks. Hellman 1989, 98–99; Hellman 1993, 45–46.

Kuvio 9 Televisioyhtiöiden katseluosuuksien kehitys pääkaupunkiseudulla 1987–1989



Lähde: Finnpanel Oy:n tv-mittaritutkimus. Ks. Hellman 1989, 98–99; Hellman 1993, 44–45.

prosentin katseluosuuden jo syksyllä 1988, mistä se kasvoi vain hieman vuosikymmenen loppuun mennessä. Alkuvaiheessa Kolmonen kasvatti osuuttaan nimenomaan MTV:n kustannuksella, sillä tämän noin 40 prosentin viipale televisionkatselusta kapeni 30 prosentin tasolle. Yleisradio sen sijaan ei näyttänyt menettävän osuuttaan.[211] Viestintäpolitiikan näkökulmasta tärkein tulos lienee ollut vaikutus kaapelikanavien katseluun: niiden katseluosuus pysähtyi viiden prosentin tasolle. (Kuvio 8.)

Pääkaupunkiseudulla Kolmosen suosion kasvu näkyi selvemmin. Siitä oli nopeasti tulossa yhtä suosittu kuin MTV:stä tai koko kakkoskanavasta. Esimerkiksi syksyllä 1988 MTV:n lähetyksiä katsottiin Helsingin seudulla keskimäärin 26 minuuttia päivässä ja TV2:ta 22 minuuttia Kolmoskanavan yltäessä 21 minuuttiin. Kanavan päämarkkina-alueen yleisö vietti jo neljäsosan katseluajastaan Kolmosen äärellä. Vaikka kaapelitelevisiolla oli pääkaupungissa jo pitkä historia, sen osuus katselusta oli suhteellisesti vähäisempi kuin muualla maassa. Vain maksukanavien tilaajat poikkesivat muusta yleisöstä ja katsoivat keskimääräistä enemmän kaapelikanavia. Kun Viihdekanavasta oli kerran erikseen maksettu, oli luonnollista, että sitä myös katsottiin.[212] (Kuvio 9.)

Vuosikymmenen päättyessä Kolmostelevisiota katselivat keskimääräistä enemmän sukupuolista miehet, ikäryhmistä 10–14- ja 25–34-vuotiaat, ammattiryhmistä koululaiset ja opiskelijat sekä asuinpaikkakunnan perusteella kaupunkilaiskatsojat.[213] Se kertoi, että Kolmonen näytti tavoittavan kohderyhmäkseen valitsemansa nuoret kaupunkilaiset.

KOLMOSEN KATSOTUIMMAT

Mitä katsojat Kolmoselta hakivat? Mitkä olivat kanavan katsotuimmat ohjelmat? Syyskuussa 1988 Finnpanel teki Kolmostelevision näkyvyysalueella päiväkirjatutkimuksen, jossa haastateltiin lähes tuhatta vastaajaa. Sen perusteella kanavan katsotuimmaksi ohjelmaksi osoittautui *Spede Special*, joka tavoitti parhaimmillaan 20 prosenttia näkyvyysalueen väestöstä. Paremmin ohjelman menestystä kuvaa kuitenkin sen 74 prosentin kanavaosuus. Muita menestyjiä olivat *Alf*, *Kolmosvisa* ja *Falcon Crest*, jotka kaikki saavuttivat yli 50 prosentin kanavaosuuden. (Taulukko 16.) Kolmosta katseli tutkimusajankohtana päivittäin 28–39 prosenttia mahdollisista katsojista eli joka kolmas, vaikka se oli ollut toiminnassa vasta vuoden. Erityisen suosittu Kolmonen oli 10–14-vuotiaiden keskuudessa, joista kanava tavoitti päivittäin peräti 44–58 prosenttia eli karkeasti joka toisen.[214]

Katsojalukuihin tuijottaminen ei Kolmosen kehityksen varhaisessa vaiheessa ole mielekästä. Kanava oli tutkimusta tehtäessä nähtävissä vasta Helsingin, Tampe-

Taulukko 16 Kolmosen katsotuimmat ohjelmat viikoilla 36–38/1988

Sija	Ohjelma	Ohjelmatyyppi	Katso-jaosuus*	Kanava-osuus**	Katsojia max.	Katsojaosuus suurimmassa ryhmässä (%)
1.	*Spede Special*	viihdeohjelma	20	74	444 000	39 (10–14-vuotiaat)
2.	*Alf*	sarjafilmi	17	61	374 000	50 (10–14-vuotiaat)
3.	*Kolmosvisa*	viihdeohjelma	15	51	318 000	18 (35–49-vuotiaat)
4.	*Falcon Crest*	sarjafilmi	15	55	318 000	17 (10–14-vuotiaat)
5.	*Jamaica Inn*	sarjafilmi	14	31	307 000	19 (25–34-vuotiaat)
6.	*Kasvot kuvaruudussa*	elokuva	13	32	282 000	21 (15–24-vuotiaat)
7.	*Viha ja rakkaus*	talk show	13	54	277 000	15 (35–49-vuotiaat)
8.	*Sudet tulevat*	elokuva	12	31	271 000	18 (25–34-vuotiaat)
9.	*Colbyt*	sarjafilmi	12	36	269 000	15 (10–24-vuotiaat)
10.	*Maalaislääkäri*	sarjafilmi	12	28	261 000	15 (34–49-vuotiaat)

*Peitto koko väestöstä % **Osuus katsojista %
Lähde: Television katselututkimus Kolmoskanavan näkyvyysalueella, Tutkimustietoa Kolmoskanavalta 4/88.

reen, Turun, Lahden ja Jyväskylän alueilla, jolloin se peitti vasta hieman alle puolet väestöstä. Suomalaisten eniten suosimat televisio-ohjelmat olivat – kuten ovat nytkin – tyypillisesti uutisia, urheilua ja viihdettä. Katsotuimpia ohjelmia analysoineen Johanna Jääsaaren mukaan suosikit ovat luonteeltaan toistuvia ja pysyviä ohjelmaklassikoita, jotka liittyivät suomalaisten päivittäisiin (puoli yhdeksän uutiset), viikoittaisiin (*Lotto, Napakymppi*) tai vuosittaisiin (olympialaiset, itsenäisyyspäivän vastaanotto) rituaaleihin. Suosituimmat ohjelmat ovat yleensä poikkeuksetta myös kotimaisia. (Taulukko 17.)

Kolmoselta monet suursuosion edellytykset puuttuivat. Sillä ei ollut lainkaan uutislähetystä. Urheilussa kanava ei voinut tarjota olympialaisten tai jääkiekon MM-kisojen kaltaisia vetureita, vaan sen oli pakko tyytyä toissijaisiin lajeihin. Viihteeseen se oli vasta rakentamassa kotimaista arsenaaliaan. Kolmosen katsotuimpien ohjelmien listassa huomiota herättää se, että kärkikymmenikön ohjelmista useimmat olivat ulkomaisia. Kolmoskanavan katseluun liittyikin tietoista valikointia, joka poikkesi pääkanavien katselukulttuurista ja muistutti pikemminkin kaapeliyleisön käyttäytymistä. Kuten kaapelikanavien, myös Kolmosen katselu

Taulukko 17 Vuoden 1988 katsotuimmat televisio-ohjelmat

Ohjelma	Ohjelmatyyppi	Yhtiö/kanava	Katsojaosuus (%)	Katsojia
Tv-uutiset ja sää	uutiset	YLE/TV1/TV2	54	2 350 000
Napakymppi	visailu	MTV/TV1	52	2 300 000
Talviolympialaiset	urheilu	YLE/TV1	51	2 260 000
Lotto	muu	YLE/TV1	51	2 260 000
Miss Suomi 1988	viihde	MTV/TV1	50	2 210 000
Kymmenen uutiset	uutiset	MTV/TV1	50	2 210 000
Urheiluruutu	urheilu	YLE/TV1	46	2 040 000
Syksyn sävel: tulokset	musiikkiviihde	MTV/TV1	46	2 040 000
Hymyhuulet	sketsiohjelma	YLE/TV1	45	1 990 000
Elämän vonkamies	elokuva	MTV/TV1	44	1 950 000

Lähde: Jääsaari 1996, 178.

suuntautui fiktioon ja viihteeseen. Molempia käytettiin siten enemmän ”elämyksellisten” kuin ”tiedollisten” ohjelmatyyppien katseluun.[215] Toisaalta valmius hyväksyä ulkomaisia sarjoja ja elokuvia tutun kotimaisen tarjonnan sijasta kertoi osaltaan Kolmosen katsojakunnan nykyaikaisuudesta ja urbaanisuudesta.

Kolmosen suosituimpien ohjelmien lista osoittaa hyvin kanavan painopisteet: viihteen, sarjafilmit ja elokuvat. Niillä uusi kanava saattoi tavoitella suhteellisen suurtakin yleisöä, vaikka ohjelmien katsojakunnan rakenne painottui nuoriin ja jopa hyvin nuoriin katsojiin. Lasten ja nuorten merkittävä rooli Kolmostelevision yleisössä saattoi olla mainostajien kannalta vielä tässä vaiheessa ei-toivottava piirre, sillä koululaiset ovat merkittävä kuluttajaryhmä korkeintaan välillisesti. Uuden televisiokanavan rakentamisen kannalta tulos oli kuitenkin rohkaiseva. Se kertoi, että kanava puhutteli nuorisoa, jonka kaikkoamista kaapeli- ja satelliittikanaville oli pelätty eniten.

Kaikkein suurin ongelma piili kuitenkin siinä, että Kolmostelevisio kilpaili samantyyppisellä ohjelmistolla kuin MTV ja söi eniten juuri sen yleisöosuutta.

TAISTELU MAINOSMARKOISTA

Kolmostelevision talous oli alun perin laskettu kahden kivijalan varaan: aluemainonnan ja maksutelevision. Molemmat olivat uudenlaisia rahoituskeinoja siinä mielessä, että yleisradiotelevisiossa kumpaakaan ei aiemmin ollut kokeiltu. Aluemainontaan keskittymällä Kolmonen ei olisi kilpaillut valtakunnallisiin mainosmarkkinoihin keskittyneen MTV:n kanssa, vaan olisi tunkeutunut ykköslehtien hallitsemille markkinoille ja voinut tuoda televisiomainontaan kokonaan uusia ilmoittajia. Maksutelevisiota puolestaan oli kokeiltu vain kaapelitelevision puolella, jossa HTV:n Viihdekanava oli toiminut jo muutaman vuoden ajan ja luonut runsaan 25 000 talouden suuruisen tilaajakunnan. Kolmostelevision haave oli viedä maksutelevisio sinnekin, minne kaapelit eivät yltäneet.

Kun maksutelevisiosta sitten luovuttiin, Kolmostelevision talouteen ilmaantui kymmenien miljoonien markkojen aukko. Kun myöskään mainosmyynnin tavoitteet eivät toteutuneet, omistajien oli karsittava kustannuksia ja pönkitettävä yhtiön taloutta. Kolmosen vauhdikas tunkeutuminen markkinoille kiristi kuitenkin mainoskilpailua, aivan kuten hankkeen taloudellisia edellytyksiä liikenneministeriölle selvittänyt työryhmä oli ennakoinut. Lopulta ristiriidat johtivat kanavauudistusta koskeviin neuvotteluihin, joita käsittelen seuraavassa luvussa. Tässä luvussa tarkastelen Kolmostelevision talouden kehitystä ja mainosmyynnin kärjistynyttä kilpailua MTV:n kanssa. Aluksi yritän vastata kysymykseen, miksi maksutelevisiosta ei lopulta tullut mitään.

MIHIN MAKSUTELEVISIO KAATUI?

Nokian päällimmäiseksi syyksi lähteä mukaan Kolmoskanava-hankkeeseen on yleensä nimetty maksutelevisio.[216] Edellä on kuitenkin tuotu esiin, ettei Nokia ainoastaan halunnut olla mukana maksupäätelaitteiden kehittelyssä, vaan sillä oli myös viestintäpoliittisia tavoitteita: halu liberalisoida suomalaista yleisradiotoimintaa.

Maksu-tv oli kuitenkin Nokialle legitiimi julkinen motiivi lähteä yhdeksi kolmoskanavayhtiön omistajista. Kolmostelevision toimilupahakemuksessa maksu-tv:n ennakoitiin tuovan vähitellen lähes yhtä paljon tuloja kuin mainosmyynnin, jopa 200 miljoonaa markkaa vuonna 1990, johon mennessä liittymätalouksien määrän arvioitiin nousevan jo 170 000:een.[217] Laskelma, jonka mukaan viidennes yleisöstä tilaisi maksullisia palveluita, oli optimistinen, koska Kolmoskanavan näkyvyysalueilla oli jo aktiivista kaapelitelevisiotoimintaa maksullisine tv-palveluineen. HTV:n helsinkiläisistä asiakkaista vajaa neljännes tilasi Viihdekanavaa tai muita maksukanavia, mutta Tampereella tilaajiin kuului vain 15 prosenttia.[218] Haluaisivatko suurten kaupunkien asukkaat maksaa myös Kolmosen ohjelmista, jotka alkaisivat vasta iltayhdeksän aikaan? Olisiko ohjelmisto kyllin houkuttelevaa? Olisiko palvelun hinta sopiva suhteessa ohjelmatarjontaan?

Tauno Äijälän ja Lars-Peter Ringbomin alkuperäisissä suunnitelmissa Kolmosen maksullisen ohjelmiston oli määrä koostua urheilusta, pitkistä elokuvista, koti- ja ulkomaisista sarjoista sekä tapahtumaohjelmista. Urheilua olisi ollut tarjolla joka päivä ja maksullisen tarjonnan osuus kanavan ohjelmistosta jopa 60 prosenttia: arkisin joka päivä runsaat kolme tuntia, viikonloppuisin tuplasti enemmän.[219] Sisällöltään se olisi ollut hyvin samantyyppistä kuin kilpailevilla maksukanavilla mutta määrällisesti vähäisempää. Esimerkiksi syksyllä 1987 Viihdekanava tarjosi ohjelmaa arkisin vähintään viiden tunnin ajan, ja viikonloppuisin ohjelmaa riitti iltapäivästä aamuyöhön. Kolmoskanavan maksullisen palvelun hinnaksi oli kaavailtu 50–60 markkaa kuussa, kun HTV samaan aikaan myi Viihdekanavaa 51 markan kuukausihinnasta.

Liikenneministeriön talousselvitys arvioikin, että Kolmosen tilaajien osuus voisi jäädä vain 5–10 prosenttiin talouksista. Yhden kriittisen tekijän muodostivat dekooderin tekniikka, hinta ja levittämistapa. Kolmostelevisio oletti alun perin myyvänsä dekooderit yleisölle. Ns. mustan laatikon hinnaksi arvioitu tuhat markkaa vastasi hyvinkin televisiovastaanottimen hintaa ja oivallettiin pian liian kalliiksi. Vaihtoehdoksi omaksuttiin kansainvälisen mallin mukaan toinen keino: vuokraus yhdistettynä takuumaksuun, jolloin takuumaksun suuruus olisi ollut esimerkiksi puolet dekooderin hinnasta. Sekin olisi ollut kertainvestointina kotitalouksille kallis, sillä esimerkiksi HTV:n vuokrasi dekooderin tilaajilleen 29 markan kuukausihinnalla.[220]

Laitteiden levittäminen olisi tapahtunut niiden valmistajan, Saloran, jälleenmyyntiverkon kautta, ja ohjelmien kuukausivuokran perimistavaksi oli harkittu kahtakin vaihtoehtoa, "osoitteetonta" ja "osoitteellista". Edellisessä dekooderiin olisi voinut ostaa esimerkiksi R-kioskista tai huoltoasemalta kortin, joka olisi avannut kanavan katsottavaksi. Jälkimmäisessä taas asiakas olisi maksanut postisiirtokuiteilla tv-lupamaksun tapaan ja maksut olisivat rekisteröityneet Kolmostelevision tietokoneelle, joka olisi avannut tai sulkenut dekooderin maksutilanteen mukaan.[221]

Kaiken kaikkiaan maksutelevision käynnistäminen vapaasti leviävillä yleisradioaalloilla ei ollut teknisesti yksinkertaista. Kaapeliverkossa kaikki oli helpompaa: asiakkaisiin oli valmis langallinen yhteys, ja laitteista oli Salorassa jo muutaman vuoden mittainen kokemus. Vasta joulukuussa 1985 Yleisradiolle ja MTV:lle selvisi lopullisesti, ettei ilmateitse tapahtuvia lähetyksiä varten ollut mitään valmista dekooderia ja että pelkän prototyypin valmistaminen vaatisi Saloralta puolitoista vuotta. Kun Yleisradio ja MTV lisäksi vaativat salakatselun estämiseksi teknisesti mutkikasta "osoitteellista" salausjärjestelmää, kehittely uhkasi venyä vieläkin pidemmäksi.[222]

Yksinomaan laitteiden kehittely ja niiden sarjatuotannon käynnistäminen näytti siten siirtävän Kolmoskanavan maksullisten palveluiden käynnistämisen varovaisestikin arvioituna kauas vuoden 1988 puolelle. Aikataulu oli pahasti ristiriidassa viestintäpoliittisen tavoitteen kanssa, joka edellytti aloittamista mahdollisimman pian. Niinpä jo toimilupaprosessin aikana kävi selväksi, että uusi kanava käynnistyisi mainosrahoitteisena ja että maksullisiin palveluihin siirryttäisiin vasta joskus tulevaisuudessa. Maksutelevisio siis kaatui jo siihen, ettei tarjolla ollut laitteistoa, jolla toiminta olisi voitu aloittaa.[223] Tekniikan lisäksi maksutelevision tielle tulivat myös yleisön odotukset. Jo koelähetyksiä odoteltaessa ilmeni, että taloyhtiöt suorastaan pelkäsivät Kolmosen muuttumista maksulliseksi. Antennin hankkiminen ilmaista kanavaa varten koettiin taloyhtiöissä järkeväksi, mutta tilausmaksun tulkittiin suosivan vain osaa asukkaista. Yleisö tuntui haluavan nimenomaan lisää ilmaistarjontaa kahden perinteisen kanavan lisäksi.[224]

Maksullinen ohjelmisto alkoi nopeasti näyttää yhä mahdottomammalta myös Kolmostelevision sisältä katsottuna. Riittävän yleisöpohjan rakentaminen tilauspohjaista televisiotoimintaa ajatellen ei enää näyttänytkään varmalta. Lähetysalue kattaisi aluksi vain ne kaupungit, joissa oli jo kilpailevaa maksu-tv-toimintaa. Maksutelevision ohjelma-aika olisi rajoittunut prime timen ulkopuolelle, mikä olisi entisestään heikentänyt sen kysyntää. Kolmen neljän tunnin päivittäinen ohjelmisto ei sekään olisi kenties riittänyt. Mainosajalle sen sijaan tuntui riittävän kysyntää. Kun markkinointijohtaja Juha-Pekka Louhelainen ja ohjelmapäällikkö Heikki Seppälä aloittivat keväällä 1986, maksutelevisiosta ei enää aktiivisesti puhuttu. Markkinointisuunnitelmat perustuivat vain ja ainoastaan alueelliseen mainosmyyntiin ja ohjelmistosuunnitelmat vapaasti katsottaviin lähetyksiin.[225]



Markkinointijohtaja Juha-Pekka Louhelainen, ohjelmajohtaja Heikki Seppälä ja toimitusjohtaja Heikki Lehmusto siellä, mistä pääkaupunkilaiset saivat Kolmoskanavansa: Espoon Kivenlahden mastossa. *Kuva: Heikki Seppälän kotialbumi*

”Maksu-tv:n aloittaminen on niin iso homma, jonka on liikkeelle lähtiessään pelattava täydellisesti”, toimitusjohtaja Lehmusto selitti samaan aikaan hankkeen siirtymistä lehtihaastattelussa. ”Se vaatii lähetystekniikan, laitteiden yhteensopivuuden, tietokoneohjatun järjestelmän asiakashallintaan, erittäin hyvän markkinointiorganisaation ja jakelutien sekä maksu-tv:n aloittamisen alkuillasta.”[226] Liian moni mainituista edellytyksistä puuttui – ja ennen muuta puuttui yleisö.

Käytännössä viimeinen yritys hankkeen puhaltamiseksi henkiin tehtiin vuonna 1987, kun toimitusjohtaja Lehmusto nimesi oman tilaus-tv-työryhmänsä vielä kerran pohtimaan, voisiko maksutelevisio toimia Kolmostelevision liikeidean osana. Ryhmään kuuluivat niin talousjohtaja Vahala kuin markkinointijohtaja Louhelainen sekä lisäksi ohjelmistosuunnittelija Arto Kivinen ja lähetystoiminnan päällikkö

Jyrki Lahtinen. Kun työryhmä laski palvelun kuukausimaksuksi 70 markkaa sekä otti huomioon ohjelmiston hankintakulut, markkinointikulut ja tietojenkäsittelyjärjestelmän hankinnan, toiminta olisi saatu kannattavaksi kolmessa vuodessa, jos palveluita tilaisi silloin 60 000 taloutta. Mutta kuka olisi halunnut maksaa 70 markkaa kuussa kahdesta elokuvasta illassa, kun HTV tarjosi samaan aikaan kolmesta seitsemään elokuvaa illassa 93 markalla kuussa? Ryhmän ehdotuksen perusteella yhtiön hallitus totesi, että päätös maksutelevision aloittamisesta voidaan tehdä vasta, "kun yhtiöllä on toiminnan edellyttämät taloudelliset ja tekniset valmiudet". Lehmusto ilmaisi asian napakammin: "Projektiin lähdetään sitten kun tulevaisuus on turvattu ja kanava on kuivilla".[227]

Kun kanava sitten lopulta oli kuivilla vuonna 1990, kanavajakosopimus ja kanavauudistuksen odottelu olivat syöneet viimeisetkin edellytykset Kolmoskanavan maksutelevisiolta. Silloin Kolmosta jo valjastettiin maan johtavaksi mainosmediaksi, joka tarjoaisi foorumin sekä alueelliselle että valtakunnalliselle mainonnalle. Maksutelevisio eetterissä oli aikaansa edellä ollut ajatus 1980-luvun suomalaisessa televisiotoiminnassa. Todellisuudeksi se muuttui vasta digitalisoinnin myötä 2000-luvulla. Nokian pettymystä epäilemättä lievensi se, että sen vetäytyessä yhtiöstä vuosikymmenen vaihteessa toinen sen tavoitteista, yleisradiotoiminnan liberalisointi, oli toteutumassa.

UUSI MAINOSMEDIA

Maksutelevision sijasta Kolmostelevisio toi Suomeen alueellisen televisiomainonnan. Se oli merkittävä aluevaltaus, koska se muutti tv-mainonnan luonnetta sekä lisäsi niin ilmoittajien kuin mainonnankin määrää. Viestinnän makrotalouden näkökulmasta Kolmostelevisio onkin nähtävä yrityksenä voittaa takaisin television menettämää markkinaosuutta mainosvälineenä. Aluemainonnan idea oli yksinkertaisesti se, että yksi ja sama kanava voisi ajaa saman mainoskatkon aikana eri mainokset eri osissa Suomea ja tuoda uutta rahaa yleisradiotoiminnan tueksi.

Ennen Kolmostelevisiota tv-ruudussa oli nähty lähinnä suurten keskusliikkeiden mainoksia, mikä tarkoitti imago- ja merkkitavaramainontaa. Eniten mainostettuja tuoteryhmiä olivat elintarvikkeet, koti ja sisustus, moottoriajoneuvot sekä pankki- ja vakuutuslaitokset, joista kertyi puolet MTV:n mainostuloista.[228] Mainosaika oli kallista, ja tv-kampanjat oli toteutettu rahaa säästämättä. Kaapeliverkossa oli toki nähty tavanomaista päivittäistavarailmoittelua, mutta valtakunnanverkossa se ei ollut mahdollista. Kolmostelevision myötä televisio alkoi kilpailla ilmoittajista ykköslehtien kanssa.

Kolmoskanavan mainosmyynti oli annettu MTV:n vastuulle, ja tämän oli mää-

rä kerätä siitä jopa 15–20 miljoonaa markkaa vuodessa provisiona. Kolmostelevisiosta vastaavana myyntipäällikkönä aloitti joulukuussa 1985 Harry Köhler, joka sai tiimiinsä, Myyntiryhmä 3:een, kaksi myyntineuvottelijaa. He työskentelivät MTV:n myyntiosastolla ja alkoivat houkutella mainoksia Kolmosen elokuvien lomaan. Tammikuussa laatimassaan markkinointisuunnitelmassa Köhler nimesi päätavoitteeksi "totuttaa sekä valtakunnalliset että alueelliset mainostajat käyttämään televisiota päämediana alueellisessa mainonnassa". Vuoden 1988 aikana kanavan oli määrä saada 8 prosentin osuus Suur-Helsingin alueen merkkitavara- ja kaupan mainonnasta. Esimerkiksi *Helsingin Sanomiin* nähden Kolmoskanavan etuna oli halvempi kontaktihinta.[229]

Mainonnan myyntiä koskeva sopimus MTV:n kanssa uusittiin toukokuussa 1987. Sen mukaan MTV:n oli määrä hoitaa myynti omissa nimissään ja tulouttaa Kolmostelevisiolle kuukausittain mainosajan myynnin liikevaihto. Palveluistaan MTV laskutti mainosajan myynnin aiheuttamat kustannukset sekä viiden prosentin myyntiprovision. Sopimus laadittiin lyhytaikaiseksi, vain vuoden loppuun – mutta jo joulukuun alusta lukien myynti siirtyi Kolmostelevision omiin käsiin, ja Köhlerin myyntitiimi alkoi kasvaa. Sitä mukaa kuin kanavan näkyvyysalue laajeni, Kolmostelevisio palkkasi lisää myyntipäälliköitä ja -assistentteja, joista osa sijoittui maaseutukaupunkeihin: ensin Tampereelle, sitten Turkuun ja edelleen Jyväskylään, Lahteen ja Ouluun. Aluemyynti oli kokonaisuudessaan talousjohtaja Heikki Vahalan vastuulla.[230]

Siinä vaiheessa, kun MTV vielä vastasi Kolmostelevision myynnistä, Kolmoskanavaa markkinoitiin "uutena alueellisena tehomediana". Sen valttina oli "edullinen pystytoisto", joka tarkoitti saman mainoksen esittämistä useaan kertaan saman päivän aikana. Mainostajille suunnatun esitteen hintaesimerkki oli kuvaava: 44 600 markalla sai *Helsingin Sanomiin* arkipäivänä yhden nelivärisen puolen sivun suuruisen ilmoituksen, kun hieman halvemmalla, 41 500 markalla, sai Kolmoselle Helsingin seudulla 15 sekunnin mainoksen, joka toistettiin kolme kertaa illassa viikon ajan. Alueellisen tv-mainonnan mata-



Uusia maakunnissa toimineita ilmoittajia piti houkutella ja opastaa televisiomainonnan pariin, koska aiemmin tv-spotteja olivat tilanneet lähinnä keskusliikkeet. Tämä opas laadittiin vuonna 1989.

laa kynnystä korostettiin myöhemmissäkin esitteissä. *Media Kolmonen* -oppaassa markkinointijohtaja Juha-Pekka Louhelainen korosti Kolmostelevision tuoneen "pienenkin mainostajan ulottuville täysin uuden mainosvälineen" vaikka työpaikka- ja kiinteistövälitysilmoitteluun. Kolmosta markkinoitiinkin "vaihtoehtona luokitellulle ilmoittelulle", mikä tarkoitti suoraa kilpailua alueellisten ykköslehtien tärkeimmän tulolähteen kanssa.[231]

Monelle Kolmosen asiakkaalle televisiomainonnan kokeilu merkitsi mainosvälineen vaihtumista ja uuden välineen opettelua. Alueellisista mainostajista suurin osa oli Heikki Lehmuston mukaan "omasta taskustaan maksavia isoja K-kauppiaita ja paikallisia ketjuja", joille oli tärkeää "nähdä kassassaan, mitä mainonta tuottaa". Sen tähden alueellisen mainonnan piti olla konkreettista ja aktivoida ostajat kauppaan. Ihannetapauksessa varsinainen brändimainonta olisi hoidettu valtakunnallisesti MTV:ssä ja tarjousilmoittelu Kolmosella. Tällöin kanavat yhdessä olisivat tarjonneet "monipuolisen strategisen merkkitavaramixin", kuten yhtiöiden yhteinen esite vakuutti. Lehmusto konkretisoi yhteispelin näin: "Isolla kanavalla Cokis on esillä brändinä, mutta alueellisella kanavalla paikallinen Citymarket kertoo, että meiltä nyt kaksi Cokista 1,99 pullo."[232]

Keväällä 1989 Kolmostelevisio laati erityisen oppaan, koska "monelta mainostajalta on alussa puuttunut tv-mainonnan ammattitaito" ja koska "monet mainostajat ovat innostuksissaan rynnänneet tekemään tv-mainontaa miettimättä tavoitteitaan sen tarkemmin". Opasta tarvittiin myös mainosten teknisen ilmeen ja dramaturgian kehittämiseksi. Opas kutsui televisiota "tunnemediaksi", jonka voima oli "mielikuvien luomisessa". Edelleen se neuvoi, että tv-mainonnassa "viestin tulee olla selkeä" ja että paras tapa saada asiansa läpi oli kertoa tarina. Sen jälkeen opas antoi käytännön ohjeita tuotantoyhtiön valitsemisessa, käsikirjoituksen laatimisessa sekä näyttelijöiden, musiikin, tehosteiden ja muiden vastaavien käytössä.[233]

Samaan tapaan kuin ohjelmatuotannossa myös mainostuotannossa Kolmonen joutui luomaan uusia rakenteita. Aluemainoksia tehtiin ympäri Suomen yhteistyössä paikallisten mainostajien, mainostoimistojen ja videotuottajien kanssa. Ammattitaitoa tv-mainontaan puuttui paitsi mainostajilta myös mainosten tekijöiltä. Useimmista kaupungeista löytyi av-alan yhtiöitä, jotka olivat tehneet mainoksia paikalliselle kaapelitelevisiolle, mutta Kolmostelevisio toi alalle paljon uusia yrittäjiä. Esimerkiksi vuonna 1988 Kolmosen mainospaloja valmistettiin kaikkiaan noin 50 yhtiössä.[234]

Teknisessä mielessä aluemainonnan käynnistäminen oli melkoinen haaste, sillä mainoskatkojen pituuden määräsi se alue, johon mainosaikaa oli myyty eniten. Alueelliset vaihtelut olivat alkuvuosina suuria, ja tyhjäksi jäänyt mainosaika piti tilkitä erilaisilla täytteillä. Koska mitään tietokoneohjelmia, joilla eri alueiden mainoskatkot olisi siirretty lähetyskeskuksessa linkkiverkoston kautta automaattisesti ohjelma-

virtaan, ei ollut saatavissa ennen vuotta 1991, Kolmostelevisio joutui turvautumaan yli neljän vuoden ajan tilapäisjärjestelyyn. Se tarkoitti käytännössä, että Helsingin, Tampereen, Turun ja muiden näkyvyysalueiden mainoskatkot pakattiin videonauhoille, jotka kulkivat Helsinkiin milloin bussirahtina, milloin kuriirikyydillä, ja ajettiin sitten manuaalisesti rinnakkain eetteriin Yleisradion lähetyskeskuksesta.[235]

HINTAKILPAILUA JA REVIIRIRIITOJA

Monopoliaikoinaan MTV oli saanut yksin määrätä tv-mainonnan hinnoista, ja yleensä sen taksojen muristiin olevan yläkantissa. Kolmostelevision tulo toi mainontaan nyt paitsi vaihtoehtoisen kanavan myös hintakilpailun, joka vastoin suunnitelmia levisi myös MTV:n ja Kolmostelevision väliseksi. Kokeilukaudella Kolmonen harjoitti suorastaan polkumyyntiä tarjotessaan mainosaikaa 70–80 prosentin alennuksella, 100 markan sekuntihintaan. Ensimmäisiin elokuviin minuutin mainoksen sai 6 000 markalla.[236]

Kolmostelevision ja MTV:n mainoshintojen vertailu ei ole helppoa, koska Kolmonen ryhmitteli ohjelmansa lähetysajan, MTV taas yleisömäärän mukaan. MTV:llä hintaryhmiä oli viisi. Ykkösryhmään kuuluivat yli 50 prosentin katseluosuuden saavat ohjelmat, joilla oli vähintään 1,4 miljoonaa katsojaa. Viitosryhmässä taas olivat alle puolen miljoonan katsojan ohjelmat, joiden katseluosuus jäi alle 19 prosentin. Kolmosella kalleimpia paikkoja, A-ryhmää, olivat alkuillan ja parhaan katseluajan kotimaiset ohjelmat, kuten *Tänään tässä ja nyt*, *Kolmosvisa* ja *Kasvu*. Halvimpaan, D-ryhmään, taas lukeutuivat puoli yhdeksän uutisten aikaan esitetyt ulkomaiset sarjat sekä viikonloppuiltapäivien lastenohjelmat ja urheilulähetykset.[237] Kolmonen hinnoitteli mainoksensa erikseen kullekin lähetysalueelle, millä se haki hintajoustoa sekä yleisön koon että kilpailun mukaan.

Kun marraskuussa 1987 yhden 15 sekunnin mittainen mainos MTV:n paraatipaikalla maksoi ilmoittajalle 43 700 markkaa, sai samanmittaisen mainoksen Kolmosella näkymään Helsingin alueella 3 495 markalla. Hintaero oli yli 12-kertainen, mutta monin verroin suurempi oli myös MTV:llä lähetetyn mainoksen levikki ja näkyvyys. Jos Kolmosen mainoksen halusi saada näkymään Helsingin lisäksi myös Tampereella ja Turussa, hinta nousi 6 885 markkaan. Nämä summat ovat perushintoja, joilla harva mainostaja ilmoitustilaa osti. Esimerkiksi MTV markkinoi kymmenen esityskerran pakettia, jossa mainosta esitettiin kahden viikon ajan. Samaisen 15 sekunnin mainoksen olisi saanut tällöin näkymään 258 000 markalla, kun Kolmoselta olisi voinut ostaa kymmenen esityskertaa kolmen suurimman kaupungin näkyvyysalueilta 61 515 markalla. Mainosten vaakasuuntaisessa toistossakin hintaero säilyi yli nelinkertaisena.

Kolmostelevision yritys tunkeutua mainosmarkkinoille ei kuitenkaan aluksi sujunut. Erityisen surkeaa myynti oli kokeilukaudella, ja vaikka tilanne paranikin syksyn 1987 kuluessa, yhtiö saavutti 34 miljoonan markan myyntitavoitteestaan vain tasan puolet, 17 miljoonaa markkaa. Kolmonen ja Yleisradio syyttivät huonosta menestyksestä MTV:tä, joka ei sen mielestä tehnyt tosissaan töitä osakasyhtiönsä hyväksi. MTV:n markkinointijohtaja Raimo Ruohisto puolustautui muistuttamalla, että Kolmoskanavan ohjelmisto, yksi elokuva illassa, ”ei mainostajia kovin suuresti houkuttele”.[238]

MTV:n vähäisiin myyntiponnistuksiin saattoi vaikuttaa myös se, että sen oma mainosmyynti oli kriisissä. MTV:llä oli vuosittain runsaat 400 mainostajaa, joista sadalla oli vuosisopimus, kun taas loput ilmoittivat vain esimerkiksi kampanja-aikoina. Vuonna 1986 MTV oli tehnyt tappiollisen tuloksen, ja seuraavana vuonna



”Kolmonen ei ole kesälomalla koko kesänä”, lupasi Uuden Suomen etusivulla julkaistu ilmoitus juhannusaaton aattona 1988. Kanavan kesäohjelmistossa oli yli 60 elokuvaa, ja mainosaikaa sai puoleen hintaan.

mainosaika kävi kaupaksi vieläkin huonommin, vaikka yhtiö myi sitä 476 miljoonalla markalla – melkein 30-kertaisesti Kolmostelevisioon verrattuna.[239] MTV:tä saattoi kaihertaa myös se, että se maksoi melkein 60 prosenttia mainosajan liikevaihdostaan vuokrana Yleisradiolle, kun Kolmostelevisio selvisi nimellisellä summalla, 6 miljoonalla. Ilman velvollisuuttaan rahoittaa Yleisradiota MTV olisi kannattanut suorastaan hävyttömän hyvin.

Kolmosen tilanne alkoi kriisiytyä jo sen ensimmäisellä kaudella, keväällä 1987. Kassassa oli vain menoja, tuloja ei nimeksikään. Huhtikuussa toimitusjohtaja Pilkama raportoi MTV:n hallitukselle Kolmostelevision myynnin onnistuneen vain 60–80-prosenttisesti. Toukokuussa tilanne näytti vieläkin synkemmältä. Kolmostelevision kumulatiivisen tappion ennakoitiin nousevan vuoden loppuun mennessä 20 miljoonaan markkaan ja vuoden 1988 lopussa 45 miljoonaan markkaan. Yksi syy huonoon taloudelliseen tilanteeseen oli lähetysasemien valmistumisen hidastunut aikataulu ja maksutelevision lykkääntyminen.[240]

Yhtiön pelastamiseksi jouduttiinkin tekemään silloisissa oloissa poikkeuksellinen manööveri: vaihtovelkakirjalaina. Vaihtovelkakirjalaina on omistajien keino vahvistaa kasvuvaiheessa olevan yrityksen taloutta ja osakepääomaa, mutta 1980-luvun loppupuoliskolla sitä ei ollut Suomessa juuri kokeiltu. Laina-ajan päätyttyä lainanantajalla on yleensä oikeus vaihtaa lainamäärä yhtiön osakkeisiin. Kyseessä on siis eräänlainen optio yhtiön tulevaan arvonnousuun.

Vaihtovelkakirjalainan suuruudeksi kesäkuussa pidetty yhtiökokous hyväksyi 40 miljoonaa markkaa, josta Yleisradion lisäsijoitukseksi tuli 20 miljoonaa, MTV:n 14 miljoonaa ja Nokian 6 miljoonaa markkaa. Lainasummalla Kolmostelevision osakepääomaa kasvatettiin vain 1,5 miljoonalla markalla, kun taas valtaosa rahoista, 38,5 miljoonaa markkaa, siirrettiin vararahastoon kattamaan yhtiön kustannuksia. Nokialle järjestely oli Lagerroosin mukaan vähäinen: ”Ne olivat pieniä rahoja Nokian mittakaavassa. Mutta se oli tuskaa Yleisradiolle ja MTV:lle, koska etenkin Yleisradiossa rahat olivat aikamoisen budjettiprosessin takana.”[241] Laina täytti tehtävänsä, mutta siihen turvautuminen osoitti jälleen hankkeen taloudellisia edellytyksiä tutkineen työryhmän olleen oikeassa: Kolmostelevision tulokertymät oli arvioitu yläkanttiin. Toinenkin työryhmän ennakoima kehityskulku toteutui: MTV alkoi menettää omia mainostajiaan Kolmostelevisiolle.[242]

Vaikka omistajat, MTV mukaan lukien, osallistuivat Kolmostelevision pelastamiseen, reviiririidat, hintakilpailu ja suukopu jatkuivat. Toukokuussa MTV:n hallitus joutui paheksumaan toimitusjohtaja Lehmuston lehdistölle antamia lausuntoja MTV:n ja Kolmostelevision suhteista ja edellytti, ”ettei vastaava tule toistumaan”.[243] Seuraava yhteenotto koettiin vuotta myöhemmin, keväällä 1988, kun MTV alkoi markkinoida ns. Citypack-mainospakettiaan, joka kohdistui alueellisesti juuri sinne, missä Kolmostelevisiokin toimi, eli Helsingin, Tampereen, Turun, Lahden

ja Jyväskylän seudulle. Mainostajille sitä markkinoitiin keinona tavoittaa suurten kaupunkien ”varhaisiin omaksujaryhmiin kuuluvat urbaanit ihmiset” peräti 20–40 prosentin alennuksella verrattuna listahintoihin. MTV tarjosi 30 sekunnin mainokselle nyt 12 esityskertaa 276 000 markalla, osapuilleen samaan hintaan kuin Kolmoselta sai vastaavan paketin sen kaikilla näkyvyysalueilla. Lehmusto kirjelmöi Kolmostelevision hallitukselle, että ”MTV on myynnissään lähtenyt tielle, jolla tahtoen tai tahtomatta murretaan se yhteistyöajattelu, jolla valtakunnallista ja alueellista tv-mainontaa yritetään viedä eteenpäin”.[244]

Lehmusto oli osittain oikeassa. MTV:n kampanja oli omiaan romuttamaan alueellisen ja valtakunnallisen mainosmyynnin työnjakoa. Se asetti myös vuosisopimuksella toimivat asiakkaat huonompaan asemaan kuin nopeita alennustarjouksia kärkkyvän satunnaisen ilmoittajan, joskin MTV lupasi tulla sopimusasiakkaita vastaan myöntämällä korvaukseksi lisää mainosaikaa. Toisaalta työnjaon mukaista oli se, että koko valtakunnan – ja kenties jopa suurimpien kaupunkien – tavoittamisen piti tulla halvemmaksi MTV:n kuin Kolmostelevision kautta. Yleisradion mielestä MTV:n kampanja oli tulkittavissa alueelliseksi mainonnaksi, joka loukkasi Kolmosen reviiriä. Sakari Kiuru paheksui hallintoneuvostossa ”mainosten polkumyyntiä” ja epäili, ettei se vahvistaisi MTV:n kykyä selviytyä velvoitteistaan Yleisradion suuntaan.[245]

Citypack-kampanja oli paitsi merkki MTV:n vaikeuksista myös osoitus siitä, että mainonta oli muuttumassa aiempaa kohderyhmähakuisemmaksi. Kun ennen tärkeää oli ollut saada suuri yleisö, nyt mainostajat alkoivat enenevästi kiinnostua oikeanlaisesta yleisöstä. Sen mukaisesti MTV muistutti asiakkailleen, että *Napakymppi* tavoitti kaksi kolmesta perheenemännästä ja *Kymmenen uutiset* kolme neljästä toimihenkilöstä. Filosofian muutosta edesauttoi katsojamittaus. ”Me uskomme sähköiseen mittariin kuin pukki sarviin”, toimitusjohtaja Eero Pilkama kuvasi ajatustapaa ja jatkoi: ”Me annamme asiakkaalle takuun siitä, että mainos tavoittaa juuri halutun kohderyhmän.”[246] Kolmostelevisio, joka ei ollut mukana tv-mittaritutkimuksessa, sen sijaan joutui markkinoimaan toistoa. Sen viikkopaketissa sama mainos sai jauhaa kolme neljä kertaa illassa.

Pahimmillaan MTV:n ja Kolmostelevision keskinäinen nokittelu kasvoi siihen pisteeseen, että Lehmusto ja MTV:n myyntijohtaja Eero Aalto asioivat tarinan mukaan fakseilla toistensa kanssa, vaikka fyysistä etäisyyttä ei ollut kuin 20 metriä. Pääomistajan painostuksesta riita kuitenkin sovittiin, ainakin nimellisesti. Pilkama korosti yhtiönsä hallitukselle jälleen, että ”yhtiöiden väliset erimielisyydet eivät saa päästä julkisuuteen”. Lehmusto puolestaan kertoi lehtiuutisessa, kuinka ”meidän ja MTV:n välillä on sovittu, ettei hintarakennetta muuteta”. MTV käytti ahdinkoa myös hyväkseen vaatimalla Yleisradiolta lisää ohjelma-aikaa.[247] Yhteenoton seurauksena kulisseissa alettiin kuitenkin enenevästi puhua siitä, että toimialalla tarvittaisiin jokin perustava rakennemuutos.

TALOUSLASKELMAT UUSIKSI

Kolmostelevision alkutaival ei ollut taloudellisesti helppo. Koska yhtiön lähtökohdat muuttuivat maksutelevision jäätyä toteutumatta ja mainosmyynninkin kompastellessa, talouslaskelmat oli tehtävä uudelleen.

Toimilupahakemuksessa kanavan omistajat olivat ennakoineet yhtiön tulojen ylittävän menot jo 1989, kolmantena varsinaisena toimintavuonna. Siihen mennessä mainostulojen oli määrä kivuta 86 miljoonaan markkaan ja maksu-tv-tulojen 76 miljoonaan markkaan. Yhtiön ohjelmakustannusten "lopulliseksi" tasoksi oli suunniteltu noin 120 miljoonaa markkaa, joka olisi saavutettu 1988. Vuoteen 1990 mennessä maksutelevision oli arvioitu tuovan jo puolet kanavan tuotoista.[248] (Taulukko 18.) Kun maksutelevision tuotot todellisuudessa puuttuivat kokonaan, mainosmyyntiin kohdistui ennakoitua suurempia paineita, jolloin ohjelmistoa oli karsittava.

Kevään 1987 vaihtovelkakirjajärjestelyjen yhteydessä Kolmostelevision budjettia korjattiin mainostuottojen ja ohjelmahankintojen osalta alaspäin. Edes tingittyihin numeroihin ei kuitenkaan päästy mainosmyynnin täydellisen epäonnistumisen myötä, minkä seurauksena tilikauden tappio nousi 35 miljoonaan markkaan. Tappio sinänsä oli ennakoidun suuruinen; pettymyksen tuotti surkea myyntitulos. Vuodesta 1988 ei tullut yhtään helpompi. Vaikka myynti aluksi sujui, lokakuussa seurasi romahdus, jonka syypääksi Lehmusto nosti julkisuuteen tulleet suunnitelmat tulevista kanavajärjestelyistä. Toimitusjohtajan mielestä huhut olivat saaneet osan asiakkaista käsittämään, ettei aluemainonta jatkuisikaan, jos MTV:stä tulisi kolmoskanavan uusi isäntä. Notkahdus oli lopulta niin syvä, että tilikautta jouduttiin jatkamaan vuoden 1989 toukokuun loppuun asti, jolloin tavoitteet alkoivat täyttyä. Kolmostelevision yhteenlasketut tappiot nousivat vuoden 1988 loppuun mennessä 56 miljoonaan markkaan.[249]

Tilikauden jatkaminen oli vuoden 1987 vaihtovelkakirjalainan jälkeen toinen suora hätätoimenpide Kolmostelevision pitämiseksi pystyssä. Molemmissa pelastusoperaatioissa apua saatiin isojen teollisuuskonsernien asiantuntemuksesta. Vaihtovelkakirjalaina oli Nokian Antti Lagerroosin keksintö, tilikauden pidentäminen taas Lohjan Georg Ehrnroothin ajatus. Molemmissa tapauksissa saatiin estettyä se, etteivät Kolmostelevision ongelmat kaatuneet Yleisradion ja MTV:n syliin.[250]

Kolmostelevision tilinpäätökset paljastavat, että neljän ensimmäisen toimintavuotensa ajan yhtiö laahasi vähintään neljänneksen asetettujen tavoitteiden perässä (taulukko 19). Mainostuotot saavuttivat tavoitetason kuitenkin viimeistään kevään 1989 kuluessa, eikä niistä enää tarvinnut tinkiä. Verkkovuokraakin Kolmostelevisio pystyi maksamaan samana vuonna jo ennakoitua enemmän, 25 miljoonaa markkaa – mikä toki oli murto-osa MTV:n samaan aikaan maksamasta 275 miljoonasta.

Taulukko 18 Omistajien ennakoimat Kolmostelevision tulot ja menot 1986–1989 (mmk)

Tulo- ja menoerät	1986	1987	1988	1989
Tulot yhteensä	–	49	120	162
Mainostulot	–	37	78	86
Maksu-tv-tulot	–	12	42	76
Menot yhteensä	4	81	120	121
Ohjelmakustannukset	–	60	95	95
Lähetysasemavuokrat	–	10	14	14
Hallinto	2	6	6	8
Markkinointi	2	5	5	4
Käyttökate	– 4	– 32	0	41
Tulos	– 4	– 35	– 5	+ 37

Lähde: Liikenneministeriön arvio uusien televisiokanavien toteuttamiseen liittyvistä taloudellisista kysymyksistä, Valtioneuvoston yleisen istunnon ptk 62/5.6.1986, liite 47 (KA).

Taulukko 19 Kolmostelevision toteutunut liikevaihto ja tulos 1986–1989 (mmk)

Tuloslaskelma	1986	1987	1988*	1989**
Liikevaihto (mainostuotot)	0,1	13,7	96,6	120,9
Kulut yhteensä	2,0	49,1	101,8	116,7
Verkkovuokra	..	6,4	18,9	25,0
Esitysoikeudet	..	25,7	53,0	57,9
Muut muuttuvat kulut	..	7,3	10,8	9,1
Vuokrat, palkat ja palkkiot	..	9,7	19,1	24,7
Käyttökate	– 1,9	– 35,5	– 5,2	+ 4,3
Tulos	– 1,9	– 35,4	– 6,6	+ 1,0

Lähde: Kolmostelevision tilinpäätökset 1986–1990 (PRH).
Selitys: *Vuoden 1988 laskennallinen osuus tilikauden 1.1.1988–31.5.1989 tuloksesta. Vuoden 1988 todellinen liikevaihto oli noin 78 mmk ja tappio noin 19 mmk. **Vuoden 1989 laskennallinen osuus tilikausien 1.1.1988–31.5.1989 ja 1.6.1989–31.5.1990 tuloksesta.

Taloudellisen tasapainon Kolmostelevisio oli saavuttanut tinkimällä ohjelmahankinnoistaan, joihin se 1989 käytti noin 58 miljoonaa suunnitellun 95 miljoonan sijasta. Kun maksutelevisiota ei ollut, myös täytettävää ohjelma-aikaa oli tuntuvasti ennakoitua vähemmän. Yhtiön elämää helpotti myös sen kevyt henkilöstörakenne: palkat muodostivat kustannuksista alle kymmenyksen. Vuosikymmenen päättyessä Kolmostelevision palveluksessa oli vain 46 henkeä.[251]

Vaikeista hetkistä ja lähtökohtien täydellisestä mullistuksesta huolimatta Kolmostelevisio oli kuivilla juuri siinä aikatauluissa kuin oli ennakoitukin.

RAKENNEMUUTOKSEN AIKA

Kun Kolmostelevisio aloitti varsinaisen toimintansa syyskuussa 1987, *Helsingin Sanomien* pääkirjoitus tulkitsi hankkeen television yritykseksi "vallata takaisin niitä markkinaosuuksia, joita se on menettänyt mainosvälineenä 1980-luvulla".[252] Mainososuuden lasku oli alkanut vuonna 1983. Edellisenä vuonna television osuus mediamainonnasta oli vielä ollut 16,5 prosenttia, mutta joustamaton mainosaika, MTV:n ongelmat sekä lopulta kahden mainostelevisioyhtiön keskinäinen kilpailu söivät osuuden vuoteen 1989 mennessä 13,5 prosenttiin. Television osuutta järsivät sekä sanomalehdistö että paikallisradiot.[253]

Se, että television alamäki mainosmediana jatkui Kolmostelevision käynnistymisestä huolimatta, viittaa siihen, että ilman sitä pudotus olisi ollut vielä jyrkempi. Mainosmarkkinoilla 1980-luvun lopun nousukauden sato, mainonnan runsaan kymmenen prosentin vuosikasvu, tuntui lankeavan sanomalehdistön kukkaroon. Kolmostelevision ja MTV:n keskinäinen työnjako ei toiminut, vaan ne ajautuivat hintakilpailuun, eivätkä alueellisen ja valtakunnallisen mainonnan työnjakoa omaksuneet heti mainostajatkaan. Television "takaisinvaltauksen" onnistuminen alkoikin näkyä konkreettisesti vasta 1990-luvun alun lamavuosina, jolloin mediamainonnan arvo romahti ja sanomalehdet menettivät vuositasolla miljardin markan verran ilmoitustuloja television mainosmyynnin pysyessä ennallaan.[254]

Kolmostelevisioon kriittisesti suhtautuneella lehdistöllä, jolla oli mainosmarkkinoilla omat etunsa vaalittavinaan, oli tarve muistuttaa hankkeen epävarmuustekijöistä. *Helsingin Sanomien* mielestä Kolmostelevisio oli "mitä suurimmassa määrin tyypillinen riskiyritys", jonka "talouden yllä on suuri kysymysmerkki". Sen mukaan Suomessa ei ollut "taloudellisia eikä henkisiä resursseja kahdelle kaupallisella pohjalla toimivalle valtakunnalliselle tv-yhtiölle". Samaa väittivät esimerkiksi Sanomalehtien Liiton puheenjohtaja, Tampereen Kirjapainon toimitusjohtaja Timo Laatunen ja Sanoma Osakeyhtiön varatoimitusjohtaja Matti Anderzén, jotka pitivät Kolmostelevision perustamista virheenä Suomen pienillä mainosmarkkinoilla.

Myös Yleisradion viestintäasiantuntija Martti Soramäki varoitti, että ”tv-mainonnan markkinat ovat jo kyllästyneet”. *Ilta-Sanomat* paljasti, että Kolmosen ”salattu tappio” jatkettuna tilivuonna 1988–1989 oli 10 miljoonaa markkaa ja ettei yhtiön 15 miljoonan osakepääomasta ollut ”enää paljoa jäljellä”.[255]

Arvostelussa oli perää. Kolmostelevisio oli käynnistettäessä riskiyritys, mistä myös liikenneministeriön asettama taloustyöryhmä oli aikoinaan muistuttanut. ”Riskinhän ottavat ne, jotka lähtevät liikkeelle, ei ministeri”, oli liikenneministeri Matti Luttinen huomauttanut.[256] Yhtiö ei myöskään tiedottanut ongelmistaan avoimesti julkisuuteen: se ei mielellään kertonut kertyneistä tappioista, vaan mieluummin korosti, kuinka kauppa viime kuukausina oli käynyt hyvin. Myös Kolmostelevision muodostuminen MTV:n ainakin väliaikaiseksi uhkaksi oli totta. Kun MTV:tä aiemmin oli kutsuttu Yleisradion käenpojaksi, nyt Kolmostelevisiota kuvattiin MTV:n käenpojaksi. Vaikka Kolmostelevisio tuli laajentamaan ja luomaan uusia televisiomarkkinoita, sen onnistui sotkea ne joksikin aikaa perin pohjin.

Niinpä oli vain ajan kysymys, että televisiotoiminnan rakenteita, Yleisradion, MTV:n ja Kolmostelevision keskinäisiä suhteita, oli pakko alkaa pohtia uudelleen.

KANAVAJAOSTA KAIKKIEN ETU

Syyskuun 1. päivän aamuna 1988 tiedotuspäällikkö Mariitta Hämäläisen puhelin soi aamulla jo ennen kello seitsemää. Langan päässä oli YLEn radiouutisten toimittaja, joka kysyi toimitusjohtaja Heikki Lehmuston puhelinnumeroa. Hän kertoi tarvitsevansa Lehmustolta lausunnon uutislähetykseen, ”kun MTV nyt saa Kolmostelevision tytäryhtiökseen”. Hämäläiselle tieto oli sokki. Hän antoi pyydetyn numeron, mutta oli kauhuissaan. Hämäläinen oli yhtiön tiedotuspäällikkö, mutta hänellä ei ollut asiasta ”harmainta haisuakaan”. Uutinen siitä, että Yleisradion johto haluaisi uudistaa television kanavajaon ja ajaa MTV:n kolmoskanavalle, oli ehtinyt myös saman aamun *Ilta-Sanomiin* ja *Uuteen Suomeen*. Kolmostelevisiossa tieto kanavajakopohdinnoista laski mielialoja, mikä välittyi samana iltana kanavalla lähetetyn yksivuotisjuhlaohjelman tunnelmaan.[257]

Päätös kanavajaosta, joka tehtiin lopulta vasta kesäkuussa 1989, muistutti monella tapaa neljä vuotta aiemmin tehtyä kolmoskanavapäätöstä. Sekin lähti liikkeelle yleisradioyhtiöiden, Yleisradion ja MTV:n, keskinäisistä keskusteluista, joita siivittivät yhteiset taloudelliset huolet. Toisin kuin oli ajateltu, Kolmostelevisio ei ollutkaan ratkaissut riittämättömien mainostulojen ongelmaa, koska uuden kanavan keräämät tuotot eivät tulostuneet emoyhtiöiden kassaan. Päinvastoin kolmas televisiokanava oli alkanut uhata MTV:n mainostuloja, Yleisradio oli joutunut alentamaan siltä perimäänsä verkkovuokraa, jolloin Yleisradion välillisesti saamat mainostulot itse asiassa vähenivät. Pieneen maahan ei näyttänytkään mahtuvan kahta mainostelevisioyhtiötä.

Samaan tapaan kuin kolmoskanavaa valmisteltaessa myös tällä kertaa keskusteluja käytiin ensin julkisuudelta piilossa, kaukana kulissien takana. Salaista tunnusteluvai-

hetta seurasi julkinen valmistelu, jonka keskeiset ratkaisut tehtiin Yleisradion hallintoneuvostossa ja MTV:n hallituksessa. Ja lopuksi yhtiöiden keskinäisen viestintäpoliittisen valmistelun siunasi valtiovalta hyväksymällä niiden sopimat järjestelyt.

Vaikka kanavajakoneuvottelut olivat monipolviset ja riitaiset, analysoin niitä keskittymällä vain viestintäpoliittisesti ja kaupallisen television kehityksen kannalta keskeisiin tuloksiin.

PALUU VÄYRYSEN MALLIIN

Ajatus siitä, että kaikki kaupallinen televisiotoiminta voitaisiin jossain vaiheessa siirtää kolmannelle televisiokanavalle, ei ollut uusi. Poliittisista vaikuttajista sen oli ensimmäisenä esittänyt keskustan puheenjohtaja Paavo Väyrynen toukokuussa 1986, paria viikkoa ennen Kolmostelevision toimilupapäätöstä. Hänen mallissaan TV1 ja TV2 olisi tyhjennetty mainosohjelmista, kun taas kolmannen kanavan isännäksi jäisi MTV ja mahdollisesti myös lehtien perustama tv-yhtiö. Silloin kuitenkin todettiin, että tämän ns. Väyrysen mallin mukainen kanavajärjestely voitaisiin toteuttaa vasta tulevaisuudessa, kun kolmas verkko olisi lähes valtakunnallinen.[258] Vaikka nyt, kaksi vuotta myöhemmin, kukaan ei puhunut enää ”Väyrysen mallista”, rakenneuudistus hakeutui takaisin juuri sen äärelle.

Ensimmäiset huhut MTV:n ja Kolmostelevision yhdistämisestä ja uudesta kanavajaosta liikkuivat jo huhtikuussa 1988. Taustalla olivat MTV:n talousvaikeudet, jotka pakottivat sen sanomaan irti 42 työntekijäänsä. Silloin MTV:n toimitusjohtaja Eero Pilkama tyrmäsi julkisuudessa yhtiöiden yhdistämishuhut toteamalla, ettei asiaa ollut edes pohdittu.[259]

Tosiasiassa erilaiset ratkaisumallit jo muhivat sekä MTV:n että Yleisradion johdossa. Kolmostelevision perustaminen ja MTV:n verkkovuokran helpottaminen eivät olleet ratkaisseet kummankaan yhtiön talouspulmia. Maaliskuussa Yleisradion pääjohtaja Sakari Kiuru oli ottanut esiin vanhan lyömäaseensa: ellei muuta keksitä, Yleisradion on ryhdyttävä mainostelevisioksi. Kiurun ehdotuksen mukaan MTV olisi voinut alkaa myydä mainosaikaa myös vuokraisäntänsä uutis- ja urheilulähetyksiin sekä draamaohjelmien yhteyteen. Idea ei ollut uusi MTV:lle: asiasta oli puhuttu yhtiöiden kesken ennenkin. ”Ihmiset pitävät mainoksista, eivät he vastusta mainosradioitakaan”, Kiuru perusteli.[260] Reaktiot ehdotukseen olivat tyrmääviä. Mihin sitten enää kahta eri yhtiötä tarvitaan? Voiko julkisen palvelun yhtiö kääntää takkiaan? Eikö mainonta vaikuttaisi sen ohjelmien sisältöön? Myös Yleisradion hallintoneuvosto oli kriittinen.[261]

Kiurun mainossyötti ja sen saama tuomio näyttävät itse asiassa vauhdittaneen kanavajakoneuvottelujen käynnistymistä. MTV:lle mieluisampi vaihtoehto oli saa-

da lisää ja selvemmin blokitettua omaa ohjelma-aikaa. Yksi sen ehdotuksista oli aamuohjelman käynnistäminen ykköskanavalla.[262] Pilkaman mukaan kanavajakoajatus oli kuitenkin elänyt taustalla koko ajan, ja varatoimitusjohtaja Jaakko Paavelan mukaan nimenomaan MTV teki aloitteen myös kanavajakoa koskevien neuvottelujen käynnistämiseksi.[263] Hän oli jo huhtikuussa puhunut sen puolesta lehtihaastattelussa: ”Kesällä, kun Lahti on mukana, [Kolmoskanavalla] on jo viisi asemaa, pian se on valtakunnallinen. Viimeistään silloin on katsottava, miten kanavat lopullisesti jaetaan.” Toukokuussa Pilkama kuvasi Kolmostelevisiota ”välivaiheeksi siirryttäessä tulevaisuudessa kanavien uusjakoon”. Hän uskoi poliittista tukea löytyvän ratkaisulle, joka synnyttäisi kaksi puhtaasti lupamaksuilla ja yhden mainonnalla rahoitetun kanavan.[264] Yhtiön hallituksen tuore puheenjohtaja Georg Ehrnrooth oli hyvin tietoinen johtajiensa ajatuksista. Myös julkisuudessa MTV:n ja Kolmosen fuusiota sekä MTV:n omaa kanavaa alettiin suositella ratkaisuksi pulmiin.[265]

Yleisradion pääjohtaja Sakari Kiuru kertoo puolestaan muistelmissaan alkaneensa juuri kevään 1988 kuluessa pohtia television järeämmän rakennemuutoksen mahdollisuuksia: ”Vuosikymmenet jatkuneet rajakahakat pitäisi saada loppumaan ja YLE–MTV-yhteistyö vakaalle pohjalle.” Hänelle oli kuitenkin tärkeää, että MTV pysyisi ”julkisen palvelun ja yhtenäisjärjestelmän osana” ja olisi mukana turvaamassa Yleisradion taloutta. Kiurua vaivasi myös vallinneen järjestelmän epäselvyys: mainoksia oli kolmella kanavalla, ja ohjelmiston koordinointi oli käynyt entistä hankalammaksi. Niinpä pääjohtajan mielessä alkoi väikkyä ajatus, että ykkös- ja kakkoskanava voitaisiin asteittain vapauttaa mainoksista ja siirtää kaikki kaupallinen toiminta kolmoskanavalle. Turhautumisensa sekavaan kahakointiin Kiuru kertoi myös hallintoneuvostolle.[266]

Kolmostelevisiota perustettaessa Kiuru pysyi paljolti taustalla antaen Wessbergin, Mykkäsen ja Tunturin hoitaa neuvottelut. Kanavajakovaiheessa pääjohtaja nosti profiiliaan ja toimi Yleisradion pääneuvottelijana. Yhdessä hallintojohtaja Jouni Mykkäsen kanssa hän pyysi kesän kynnyksellä neuvonantajakseen *Uuden Suomen* päätoimittajan Johannes Koroman, jolla arveltiin olevan riittävät suhteet elinkeinoelämään. Kesäkadulla 17. kesäkuuta pidetyssä neuvottelussa Koroma ehdotti, että neuvottelut kanavajärjestelyistä aloitettaisiin Georg Ehrnroothin ja Timo Laatusen kanssa. Ehrnrooth johti MTV:n hallitusta mutta oli myös Oy Lohja Ab:n toimitusjohtaja. Laatunen taas toimi *Aamulehteä* julkaisevan Tampereen Kirjapainon toimitusjohtajana ja oli lisäksi Sanomalehtien Liiton hallituksen puheenjohtaja. Liittonsa kevätkokouksessa hän oli vastikään vaatinut sähköisen viestinnän kentän kahtiajakoa julkiseen ja kaupalliseen sekä vaatinut MTV:lle omaa kanavaa ja omaa toimilupaa sekä edellyttänyt sen omistuspohjan laajentamista.[267]

Neuvotteluissa oli kyse siitä, miten MTV:n ongelma voitaisiin ratkaista sekä Yleisradiota että elinkeinoelämää tyydyttävällä tavalla ja miten Kolmoskanavaa

voitaisiin kehittää kaupallisena kanavana. Käynnistyneissä epävirallisissa tapaamisissa Yleisradio toi esiin kantansa, että kaikki kaupallinen toiminta voitaisiin siirtää Kolmoselle, kunhan se ottaisi osaa Yleisradion rahoitukseen ja jatkaisi Yleisradion toimiluvan varassa. Rahoitukseen osallistuminen, mistä alettiin puhua "julkisen palvelun tukirahana", ei ollut Ehrnroothille ja Laatuselle ongelma, mutta jonkinlaisena vastavetona he nostivat esiin MTV:n oman toimiluvan. Kesän kuluessa Laatunen jäi pois neuvotteluista ja pöydän toiseen päähän tuli Ehrnroothin seuraksi MTV:n hallituksen varapuheenjohtaja Yrjö Turkama.[268]

MTV yritti pitää neuvotteluissa esillä myös muita keinoja tilanteensa korjaamiseksi, kuten lähetysaikojen lisäämistä iltapäiviin ja aamuihin, mutta Yleisradio torjui nämä "pikkuremontit", kuten Kiuru niitä kutsui. Salokankaan mukaan syyskuun alkuun mennessä saatiin sovittua, ettei esimerkiksi aamulähetyksiä käsiteltäisi erilliskysymyksenä, vaan vasta kokonaisratkaisun osana.[269]

YLEISRADIOLAKIA UUDISTAMASSA

Yksinomaan kabinetinovien taakse Yleisradio ei kanavajakoajatustaan jättänyt, vaan se kirjattiin Martti Soramäen laatimaan muistioon, joka esitti tavoitteeksi "mainosrahoitteisen toiminnan keskittämisen kolmoskanavalle".[270] Muistio muodosti pohjan yleisradiolainsäädäntöä koskevalle lausunnolle, jollaista liikenneministeriö oli pyytänyt Yleisradion lisäksi lukuisilta muiltakin alan toimijoilta. Julkisuuteen Yleisradion suunnitelmat tulivatkin juuri lausuntokierroksen ansiosta.

Harri Holkerin (kok) johtama sinipunahallitus oli ottanut ohjelmaansa yleisradiotoiminnan edellytysten parantamisen ja lainsäädännön ajanmukaistamisen.[271] Vuosikymmenen alussa istuneen Perttusen radio- ja televisiokomitean ehdotuksista konkreettisimmat – MTV:n uutiset, paikallisradiot ja kaapelitelevisiolainsäädäntö – olivat toteutuneet, mutta yleisradiolainsäädäntö oli yhä vuosikymmenien takaisessa kuosissaan. Hallitusohjelman mukaisesti liikenneministeriö lähetti uudistamistarpeita koskevan kyselyn kaikkiaan 49:lle viestintäpolitiikkaan vaikuttavalle yhteisölle ja sidosryhmälle. Kyselyn saivat paitsi asiaankuuluvat viranomaiset, puolueet ja yleisradioyhtiöt myös muun muassa joukko tieteellisiä laitoksia ja alan järjestöjä. Kyselyssä kartoitettiin, millaisia tavoitteita yleisradiojärjestelmän kehittämiselle tulisi asettaa, tarvitaanko kehittämisen tueksi uutta yleisradiolakia sekä miten mahdollisessa laissa tulisi määritellä oikeus harjoittaa yleisradiotoimintaa ja yleisradioyhtiöiden rahoitus, velvoitteet ja valvonta.[272]

Kyselyn vastauksia analysoineen Juha Kulmasen mukaan puolet vastaajista kannatti uuden yleisradiolain säätämistä, ja lainsäädännön kannalla olivat ennen muuta poliittiset puolueet kokoomusta ja tiedotusalan etujärjestöt Sanomalehtien

Liittoa lukuunottamatta. Samoin noin puolet vastaajista oli kuitenkin myös sitä mieltä, ettei Yleisradion asemasta tulisi säätää erillisellä lailla, ja piti yleistä väljää puitelakia tai silloin voimassa ollutta vuoden 1927 lakia riittävänä. Puolueista vasemmisto ja keskusta kannattivat Yleisradion aseman turvaamista erillisellä lailla. Vastaukset jakautuivat myös Yleisradion rahoituksen ja MTV:n aseman kohdalla. Vasemmiston ja keskustan sekä toimittajajärjestöjen mielestä Yleisradio tarvitsisi lupamaksutulojen lisäksi myös mainostuloja, kun taas kokoomuksen mielestä pelkkien lupamaksujen tulisi riittää. Yhtiön häätämistä pois mainosmarkkinoilta kannattivat erityisesti sen kilpailijoiksi tulkittavat MTV, Sanomalehtien Liitto ja Paikallisradioliitto. Omaa toimilupaa MTV:lle kannattivat puolueista kokoomus sekä kustantajapuolta edustavat tiedotusalan järjestöt.[273]

Suoraa kysymystä television kanavajärjestelyistä ei liikenneministeriön kyselyssä ollut, mutta monet vastaajat ottivat asiaan kantaa, koska olivat perillä kulissien takana samaan aikaan käydyistä kanavajakoneuvotteluista. Niistä, jotka esittivät kantansa, lievä enemmistö kannatti sitä, että kaupallinen televisio saisi yhden kanavan ja Yleisradio kaksi. Ratkaisun kannattajiin lukeutuivat luonnollisesti Yleisradio ja MTV. Puolueista kanavajakoratkaisua kannattivat tässä vaiheessa erityisesti kokoomus ja ruotsalaiset sekä ehdollisesti sosiaalidemokraatit ja keskusta, jotka huomauttivat, ettei mahdollinen kanavajako saisi muuttaa Yleisradion rahoituspohjaa. Etujärjestöistä kanavajakoratkaisua kannattivat Teollisuuden Keskusliitto, Mainoselokuvatuottajien Liitto, Mainostoimistojen Liitto ja Suomen Kaupunkiliitto sekä Sanomalehtien Liitto ja Keskuskauppakamari, joiden mielestä lehdistö kuitenkin tulisi ottaa mukaan yhdeksi kaupallisen television omistajista.[274] (Taulukko 20.)

Vastausten jakauma oli rohkaiseva paitsi Yleisradiolle ja MTV:lle myös liikenneministeriölle. Vaikka kanavajakoratkaisun puolesta puhuivat monet tahot, Yleisradion lausunto oli monella tapaa merkittävin, koska se toi siinä ensi kertaa julki yhtiön valmiuden laajakantoiseen rakenneratkaisuun:

> Ohjelmatoiminnan laajentaminen niukkojen resurssien oloissa on kuitenkin johtanut tilanteeseen, jossa toimintaa on organisoitava uudella tavalla, jotta koko järjestelmän toimintakelpoisuus ja sen eri osien elinkelpoisuus säilyisivät. Televisiotoiminnassa kanavat tulisi organisoida uudella tavalla siten, että Oy Yleisradio Ab toimisi kahdella televisiokanavalla ja mainosrahoitteinen televisiotoiminta keskitettäisiin yhdelle kanavalle (kolmannelle laajennettavalle kanavalle). Samalla Oy Yleisradio Ab:n toimilupaan perustuva valtakunnallinen televisiotoiminnan järjestelmä – – tulisi säilyttää. Erikseen tulisi – – selvittää, miten ko. kanavan mainosrahoitteinen tv-toiminta luodaan nykyisistä yhtiöistä (MTV ja Kolmostelevisio).[275]

Taulukko 20 Television kanavajaon kannatus sidosryhmien lausunnoissa 1988

Onko television kanavaratkaisu tehtävä siten, että kaupallinen tv-toiminta saa yhden kanavan ja Yleisradio kaksi?

Vastaajataho	Kyllä	Ei	Ei kantaa
Puolue	4	3	-
Yleisradioyhtiö	2	1	1
Tiedotusalan järjestö	2	3	4
Muu etujärjestö	4	2	2
Kulttuurijärjestö	2	2	3
Viranomainen	1	1	3
Tiedeyhteisö	1	1	1
Yhteensä	16	13	14

Lähde: Kulmanen 1991, 92.

MTV:n lausunto suositti vielä radikaalimpaa rakenneuudistusta. Kanavajaosta se oli yhtä mieltä Yleisradion kanssa: ”yhteiskunnan omistama” Yleisradio siirtyisi lähettämään tv-ohjelmia kahdella kanavalla ja ”elinkeinoelämän omistama” MTV yhdellä valtakunnallisella kanavalla. Sen lisäksi MTV kuitenkin halusi, että molemmilla yhtiöillä olisi oma toimilupa ja että ohjelmien jakelu siirtyisi erilliselle jakelu- ja lähetystoiminnasta vastaavalle yhtiölle. ”Tällä tavoin voidaan parhaalla tavalla kehittää kansallista tv-toimintaamme – – ja turvata monipuolisin kansallisista lähtökohdista toteutettu ohjelmisto.”[276]

Sidosryhmät tiedottivat lausunnoistaan laajasti myös julkisuuteen, mikä lisäsi kuhinaa kanavajakokeskustelun ympärillä. Esimerkiksi tieto Yleisradion lausunnosta tuli julkisuuteen jo runsasta viikkoa ennen kirjelmän jättämistä liikenneministeriölle, jolloin Yleisradion ja MTV:n neuvotteluissa kiinteästi mukana ollut kansliapäällikkö Jussi Tunturi joutui myöntämään, että ”uudesta järjestelystä on keskusteltu pitkään” ja että ”uusjakoa on jouduttu pohtimaan televisiomainonnassa syntyneen tilanteen takia”. Tunturi perusteli Yleisradion valmiutta kanavajakoon sillä, että se antaisi ”kaupalliselle televisiolle lisää hengitystilaa ja elinmahdollisuuksia”.[277]

Vaikka sosiaalidemokraattien ja kokoomuksen näkemykset olivat samansuuntaiset, hallituskumppanit nokittelivat toisilleen lausuntojen sävyeroista. Kun kokoomuksen puoluesihteeri Aarno Kaila vaati syyskuun alussa ”Yleisradion toimiluvan varaan rakennetun holhousjärjestelmän purkamista ja oman toimiluvan

myöntämistä MTV:lle", SDP:n puoluesihteeri Ulpu Iivari moitti kokoomusta pyrkimyksestä irrottaa MTV sen yhteydestä Yleisradioon. Toisaalta omaa toimilupaa kolmoskanavaa pyörittävälle kaupalliselle televisioyhtiölle kannattivat laajasti myös elinkeinoelämän järjestöt, kuten Keskuskauppakamari ja Teollisuuden Keskusliitto.[278]

Kolmostelevision johto ei ollut aivan tietämätön kabinettineuvotteluista, jotka saattaisivat koitua sen päänmenoksi. Toimitusjohtaja Lehmusto tunsi suunnitelmat, mutta ei ymmärrettävästi ollut voinut puhua niistä juuri alaisilleen. Toisaalta hänen väitetään myös ajaneen kulisseissa yhtiönsä asiaa korostamalla, että nimenomaan Kolmostelevisio olisi tulevaisuuden organisaatiomuoto, kun taas MTV oli kustannusrakenteeltaan raskas ja toiminnaltaan hidasliikkeinen vanhan yleisradioajan jäänne. Lehmustolle mieluisampi ratkaisu olisi ollut fuusioida MTV Kolmostelevisioon kuin päinvastoin. Kolmostelevisiolla ei kuitenkaan juuri ollut sanansijaa omistajien keskinäisissä neuvotteluissa.[279]

Omassa liikenneministeriölle antamassaan lausunnossa Kolmostelevisio ei suoranaisesti ottanut kantaa siihen, miten televisiokanavat ja toimiluvat tulevaisuudessa tulisi jakaa. Lehmuston laatimaan tekstiin kirjattiin kuitenkin yksi selvä kannanotto: "Kolmostelevision kannalta nykyinen järjestelmä on optimaalinen." Lausunnon mukaan valtakunnallisen ja alueellisen mainonnan mahduttaminen yhdelle ja samalle kanavalle tuottaisi ongelmia, koska paras katseluaika on rajallinen ja koska tv-mainonnalle tarvittiin ennen muuta lisää bruttoaikaa, jota kolmelta kanavalta löytyi enemmän kuin yhdeltä.[280]

Yleisradiolain uudistukseen ministeriön kysely ei johtanut, mutta televisiotoiminnan rakenteelliseen mullistukseen se myötävaikutti merkittävästi. Yleisradion ja MTV:n lausunnot toivat kulisseissa käydyt kanavajakopohdiskelut julkisuuteen. Kolmosen henkilökunnan tietoon syyskuun ensimmäisenä päivänä tullut kanavajakouutinen oli järkytys, joka pakotti toimitusjohtaja Lehmuston reagoimaan nopeasti. Hän laati miehistölleen tiiviin "yksivuotiskirjeen", joka loi uskoa siihen, ettei Kolmonen ollut tehnyt turhaa työtä, vaan onnistunut rakentamaan maahan uuden televisiokanavan. "Mitä vahvempi ja parempi Kolmonen on, sitä selvempää on se, että tulevaisuus on Kolmosen", Lehmusto kannusti. Kirjeessään toimitusjohtaja myös muistutti, että kanavajärjestelyt voisivat toteutua aikaisintaan 1990-luvun puolivälissä, ja silloinkaan ne tuskin uhkaisivat yhtiön työntekijöitä: "Hyvillä ihmisillä on aina töitä ja Kolmosella ei huonoja ole."[281]

Sinä päivänä tiedotuspäällikkö Mariitta Hämäläinen kuitenkin päätti, että hän jättää Kolmoskanavan: "Tuli sellainen olo, että kenen hyväksi täällä töitä oikein tehdään." Lähtöpäätöksensä hän kuitenkin toteutti vasta seuraavan vuoden syyskuussa, jolloin kanavajakosopimukset oli jo solmittu ja uuden mainoskanavan, MTV3:n, suunnittelu käynnistynyt.[282]

KIISTA OMISTUKSESTA

Jälleen kerran Yleisradiota ja MTV:tä ajoivat yhteisen neuvottelupöydän ääreen niiden yhteiset taloudelliset edut. MTV:n mainostulot oli turvattava, koska osa niistä kiertyi verkkovuokran kautta Yleisradiolle. Kanavajakoa koskevan sovun hidasteena oli kuitenkin kaksi suhteita hiertävää erimielisyyttä. Toinen liittyi tulevan mainos-tv-yhtiön omistukseen, toinen taas toimilupakysymykseen. Vaikka ratkaistavia yksityiskohtia oli kevääseen 1989 asti jatkuneissa neuvotteluissa paljon, nämä kaksi peruserimielisyyttä sävyttivät keskusteluja loppumetreille saakka.

Jälleen kerran kävi myös niin, että aloite yleisradiojärjestelmän merkittävään rakenteelliseen uudistukseen tuli yhtiöiltä itseltään, ei valtiovallalta. Tosin liikenneministeriön neuvotteleva virkamies Kaj-Peter Mattsson oli jo lokakuussa 1987 ehdottanut laajassa kirjoituksessaan ”hallittua rakennemuutosta” sähköiseen viestintään. Harri Holkerin hallituksen ohjelmassa viestintäpoliittisiksi tavoitteiksi oli asetettu sekä viestintärakenteen monipuolistaminen että Yleisradion toimintaedellytysten turvaaminen. Mattssonin mielestä vallitseva viestintärakenne teki sekä Yleisradion että MTV:n aseman tukalaksi. Hän asetti tavoitteeksi kolme vahvaa, keskenään kilpailevaa kanavaa ja esitti kaksi vaihtoehtoista mallia. Toisessa Yleisradio hallitsisi yhtä kanavaa, MTV toista ja Kolmostelevisio kolmatta, ja jokaisella olisi oma toimilupa. Toisessa mallissa Yleisradio saisi kaksi kanavaa MTV:n ja Kolmostelevision jakaessa keskenään kolmannen. Molemmissa malleissa kaupalliset yhtiöt tukisivat Yleisradiota taloudellisesti.[283]

Liikenneministeri Pekka Vennamo ei ollut järin innostunut itse yleisradiolainsäädännön muuttamisesta, mutta kanavajakoon hän kannusti yhtiöitä Mattssonin kakkosmallin mukaisesti. Ministerin mielestä olemassa ollut laki ei estänyt toimialan liberalisointia, olihan se tarjonnut joustavat mahdollisuudet myös paikallisradioiden synnylle. Vennamo katsoi, että mainonnan keskittäminen yhdelle kanavalle oli järkevää, mutta hän olisi suosinut Kolmostelevision säilyttämistä ja useisiin ohjelmayhtiöihin perustuvaa ratkaisua, mikä lisäisi taloudellista tehokkuutta ja saisi ”terveet tuulet puhaltamaan”.[284]

Yleisradion alustavat vaatimukset omistusrakenteiksi hahmotteli yhtiön pääsihteeri Jyrki Pakarisen lokakuisessa muistiossaan. Sille mieluisin vaihtoehto oli kokonaan uusi mainostelevisioyhtiö, ”Oy X Ab”, jonka Yleisradio, MTV ja Kolmostelevisio perustaisivat ja jolle Yleisradio vuokraisi kolmannen televisioverkon ohjelma-ajan. Yhtiöllä oli sille kuitenkin kolme ehtoa: (1) Yleisradion omistusosuuden tuli olla vähintään 10 prosenttia, jotta sillä säilyisi oikeus ylimääräisen yhtiökokouksen koollekutsumiseen; (2) kenenkään omistusosuus ei saisi ylittää kolmen neljäsosan määräenemmistöä, jottei yhtiö joutuisi yhden omistajan määräysvaltaan ja (3) Yleisradion tulisi saada edustus uuden yhtiön hallitukseen ainakin siirtymävaiheen

ajaksi.[285] Ehdot kertoivat siitä, ettei Yleisradio aikonut luopua vallastaan kolmanteen kanavaan halvalla.

Alkuvaiheessa myös MTV oli varsin avoin erilaisille omistusjärjestelyille, mutta lähinnä itseään koskeville. Ehrnrooth kommentoi lokakuussa järjestetyssä MTV:n viestintäseminaarissa: "MTV:n omistaa noin 300 suomalaista yksityistä ja valtiojohtoista yritystä. Jos tätä perustaa edelleen pidetään riittämättömänä, MTV:n omistajien piirissä on valmiutta keskustella omistuspohjan laajentamisesta esimerkiksi lehdistön suuntaan." Samassa seminaarissa yhtiön johto kävi vuoronperään todistamassa, että kahden tai useamman yhtiön toiminta kolmoskanavalla ei olisi kannattavaa.[286]

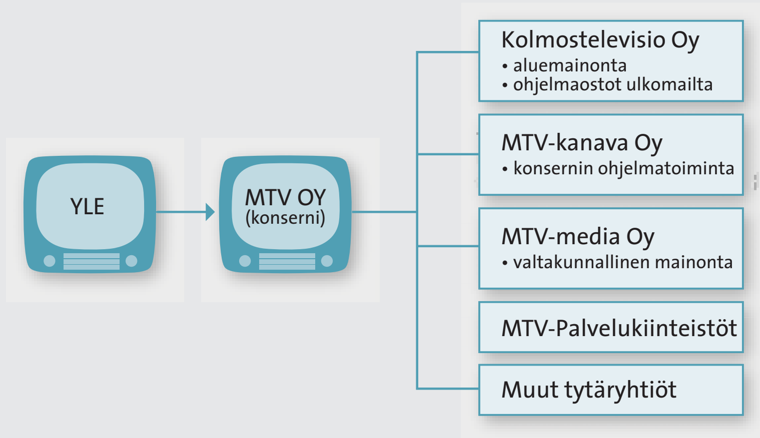
Kanavajaon kiistakysymyksiä ratkomaan nimitettiin lokakuun lopussa erityinen "tv-kanavien rakennetyöryhmä", johon Yleisradiosta kuuluivat Jouni Mykkänen, Arne Wessberg, Tapio Siikala ja Jussi Tunturi sekä MTV:stä Eero Pilkama ja Jaakko Paavela. Kiuru kutsuu muistelmissaan ryhmää lempinimellä "Hnx", joka viittasi Yleisradion ja MTV:n väliseen hintaneuvottelukuntaan ("Hn"), jolla nyt kuitenkin oli uusia tehtäviä ja lisäkokouksia ("x"). Kun kanavajakoa koskeva aiepöytäkirja saatiin marraskuussa valmiiksi, samat herrat jatkoivat yksityiskohtien ja erimielisyyksien hiomista "tv-kanavaneuvottelukunnan" nimellä.[287]

Rakennetyöryhmä ehti kokoontua neljästi, vuoroin Kesäkadulla, vuoroin Ilmalassa. Kumpikin osapuoli laati omia ehdotuksiaan, jotka kerta kerralta lähenivät toisiaan. Mutta kun Yleisradion viimeisessä luonnoksessa puhuttiin "kolmannessa verkossa mahdollisesti toimivista useammista yhtiöistä", MTV piti edelleen kiinni tavoitteestaan, että Kolmostelevisio siirtyisi "asteittain kolmatta lähetysverkkoa operoivan kaupallisen televisioyhtiön (MTV-konsernin) tytäryhtiöksi".[288] Vastakkain olivat siis MTV:n suosima tytäryhtiömalli ja Yleisradion ajama usean omistajan malli. Niinpä työryhmän marraskuun lopussa jättämä aiepöytäkirja jätti omistuskysymyksen kokonaan auki.[289]

Ainakin osa lehdistöstä tuki avoimesti Yleisradion ajamaa linjaa, koska näki päävastustajakseen MTV:n. "Oikea tie tulevissa ratkaisuissa olisi nähdäkseni se, että sekä sitoutuneelle että sitoutumattomalle sanomalehdistölle tehtäisiin mahdollisuus yksittäisinä lehtitaloina tulla osakkaaksi uuteen televisioyhtiöön", Aamulehti-yhtymän toimitusjohtaja Timo Laatunen kirjoitti. Pääjohtaja Kiurun ja toimitusjohtaja Laatusen näkemykset sen sijaan erosivat siinä, että Laatunen halusi tulevalle mainosyhtiölle oman toimiluvan.[290]

Näkemyseroja merkittävämpää oli kuitenkin laajapohjainen yhteinen näkemys rakenneuudistuksen välttämättömyydestä. "Riskitilanne säilyy niin kauan kuin nykyinen rakennelmakin", Kiuru sanoi, ja Pilkama säesti: "Rakennelma on tulonsa polkunsa päähän." MTV:n itselleen asettama tavoite oli saada läpi "mahdollisimman monta MTV:n tulevan toiminnan kannalta keskeistä kohtaa". Muutoksen tarpeesta

Kuvio 10 MTV:n ehdotus kaupallisen kanavan omistusjärjestelyksi



Lähde: Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 26.1.1989, liitteet 1–3 (YLEA).

eri mieltä ei ollut edes Lehmusto: ”Me olemme yhden sortin kommandojoukkoja. Meidän tehtäväksemme on annettu rakentaa maahan kolmas verkko ja sille katsojakunta. Se on projekti, joka on vietävä läpi – ja sellaisena se täytyy ottaa.”[291]

Kun tammikuussa aloittanut neuvottelukunta ryhtyi hieromaan lopullista sopimusta, omistuskysymyksen merkitys korostui entisestään. Varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela esitti MTV:n kantana, että kanavalla tulisi taloudellisesti toimeen ainoastaan yksi yhtiö, joka harjoittaisi sekä valtakunnallista että alueellista mainontaa. Kolmostelevisio voisi tässä mallissa säilyä yhtiönä, mutta ainoastaan MTV-konsernin osana, jolla olisi oma vastuualueensa, esimerkiksi alueellisen mainonnan myynti.[292] Tytäryhtiömalli oli tärkeä MTV:lle myös siksi, että monen omistajan operoiminen kolmoskanavalla olisi saattanut torpedoida yhtiön perimmäisen tavoitteen: haaveen omasta kanavasta.[293]

Jo ennen tammikuun loppua Paavelalla ja Tunturilla, jotka oli asetettu selvittämään omistusjärjestelyjä, oli edelleen tarjota vastakkaiset mallit kolmannen verkon operointiin. Paavelan malli perustui MTV-konsernin vetovastuuseen Kolmostelevision roolin rajoittuessa ulkomaisen ohjelmiston hankintaan, mahdolliseen maksutelevisiotoimintaan sekä aluemainonnan myyntiin. Valtakunnallisesta mainonnasta olisi MTV:n kaavailuissa vastannut sitä varten erikseen perustettava MTV-media Oy. (Kuvio 10.) Tunturin mallissa taas kolmannen verkon ohjelmatoiminta ja mai-

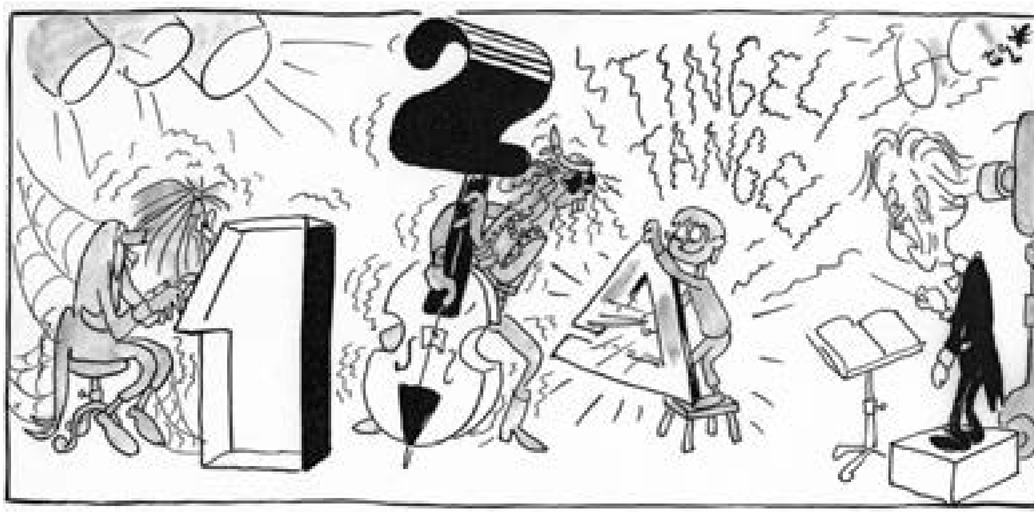
nosmyynti olisi voitu jakaa usean yhtiön kesken niin, että MTV:n ja Kolmostelevision lisäksi apajalle olisi voitu päästää muitakin yrittäjiä esimerkiksi laajentamalla jommankumman yhtiön omistuspohjaa suunnatun osakeannin avulla.[294]

Omistusta koskevissa keskusteluissa oli siten vahvasti esillä kanavan perustamisvaiheessa kytemään jäänyt ajatus, että sanomalehtiyhtiöt pitäisi päästää mukaan kolmannen verkon käyttäjiksi. Niiden toimilupakilpaa varten aikoinaan perustama Kanava Kolme oli muuttanut nimeään Uusvisio Oy:ksi, ja sen aktiiviset pyrkimykset viestintäpolitiikan kulisseissa vauhdittivat Kiurun mukaan Yleisradion ja MTV:n neuvotteluja.[295] Lisäksi Sanomalehtien Liitto oli vastikään muistuttanut lehdistön omistushaluista yleisradiolainsäädännön uudistamista koskevassa lausunnossaan.[296]

Helmikuun alkuun mennessä Tunturi oli kallistunut MTV:n esittämän mallin kannalle: kolmannesta verkosta voisi tulla MTV-vetoinen. Heidän neuvottelukunnalle yhdessä esittelemässään mallissa Yleisradion ja MTV:n suhteet kirjattaisiin perussopimukseen, kuten siihenkin asti. Kolmostelevision erityisasemaa yhteistyössä puolestaan korostaisi sen ja MTV:n välille solmittava puitesopimus, jossa määriteltäisiin yhtiön tehtävät ja velvollisuudet kaupallisen televisiokanavan toiminnassa. Kolmostelevision reviiriin olisivat suunnitelman mukaan voineet kuulua paitsi alueellinen mainosmyynti myös kotimaiset alihankinnat, kun taas MTV tuottaisi ohjelmia itse ja huolehtisi ulkomaisista ostoista.[297]

Aiepöytäkirjan mukaan lopullisen työnjaon ja sopimusehtojen oli määrä valmistua huhtikuun loppuun mennessä, mutta toisin kävi. Syynä oli se, että vaikka Yleisradion hallintoneuvosto sinänsä kannatti kanavajakoa, se ei ollut lainkaan yhtä valmis luopumaan Kolmostelevisiosta kuin yhtiön johto.

Kiuru perusteli omaa valmiuttaan MTV-vetoiseen ratkaisuun sillä, että tarvittiin ”epätotunnaisia avauksia”, jotta MTV selviäisi taloudellisista velvoitteistaan Yleisradiota kohtaan. Kiurun mielestä Yleisradio ei menettäisi mitään olennaista, jos kaupallinen toiminta tapahtuisi sen toimiluvan ja valvonnan alaisuudessa. Hallintoneuvoston johtavat sosiaalidemokraatit Ulpu Iivari ja Reino Paasilinna kuitenkin liputtivat sen puolesta, että kolmatta verkkoa pyörittämään tulisi perustaa kokonaan uusi yhtiö. Kokoomuksen Martti Tiuri puolestaan kannatti MTV:n johtavaa asemaa, mutta vaati sille omaa toimilupaa. Johtavien hallituspuolueiden kesken oli siis selvä erimielisyys siitä, kuinka omistus tulisi ratkaista. Keskustan Seppo Niemelä puolestaan oli jo aiemmin esittänyt kantanaan, että ”kaupallisella kanavalla tulisi operoida yhden selkeän yhtiökokonaisuuden”. Toisaalta edes elinkeinoelämä ei tukenut yksimielisesti MTV:n pyrkimystä saada Kolmostelevisio. Joidenkin mielestä MTV oli hoitanut taloutensa sen verran huonosti, ettei sitä kannattanut palkita omalla kanavalla ja uudella tytäryhtiöllä.[298] Vaikka YLEn ja MTV:n johtajat löytäisivät sovun keskenään, sopu saattoi kaatua poliittisten päättäjien vastustukseen.



”Triangeli ei sovi noiden toisten kanssa, kun se kuuluu kaiken yli”, Helsingin Sanomien pilapiirtäjä Kari eli Kari Suomalainen kuvasi pääjohtaja Sakari Kiurun tuskaa 7.9.1988 julkaistussa piirroksessaan. *Kuva: Kari Suomalaisen perikunta*

Niinpä neuvottelut lukkiutuvat kevään kuluessa juuri Kolmostelevision omistukseen. Pääjohtaja Kiuru kävi maaliskuun alussa neuvottelemassa asiasta jälleen kerran MTV:n hallituksen puheenjohtajan Georg Ehrnroothin kanssa, mutta tämä piti taloudellisista syistä konsernimallia yhä ainoana mahdollisena ratkaisuna MTV:n kannalta. Kiurun mukaan Yleisradio ei ollut enää varma MTV:n tavoitteista: se pelkäsi, että tämä irtautuisi julkisen palvelun tukivelvoitteistaan heti meneillään olevan toimilupakauden päätyttyä. Vappuna niin Yleisradion päämajassa Kesäkadulla kuin MTV:n toimitalossa Ilmalassa vallitsi täydellinen epätietoisuus siitä, toteutuisivatko hyvät aikeet koskaan.[299]

Tarvittiin jokin uusi vipuvarsi, joka kampeaisi neuvottelut pattitilanteesta.

RAHA RATKAISEE

Paitsi omistuskysymystä MTV oli pitänyt myös omaa toimilupaa näkyvästi esillä etenkin neuvottelujen alkuvaiheessa.[300] Yleisradiolle taas yhdellä ja samalla toimiluvalla toimiminen oli periaatekysymys. Kiurun käsityksen mukaan sen oli ymmärtänyt myös Ehrnrooth, joka puhui aiepöytäkirjan laatimisvaiheessa MTV:n

toimiluvasta ”enää muodon vuoksi”. Toimilupavaatimuksen teki osaltaan tyhjäksi myös pääministeri Harri Holkerin viesti, jonka mukaan uusia toimilupia ei tässä vaiheessa myönnettäisi. Myös liikenneministeriö oli viestittänyt, ettei se toimilupaviranomaisena puuttuisi kanavajärjestelyihin, vaan yhtiöiden tulisi sopia niistä keskenään.[301]

Eräänä toukokuun alun torstaiaamuna, Kolmostelevision omistusta koskevien neuvottelujen takellellessa ja Yleisradion hallintoneuvoston haratessa vastaan, kansliapäällikkö Jussi Tunturi istui työhuoneessaan ja pohti ulospääsymahdollisuuksia pääsihteeri Jyrki Pakarisen kanssa. Hyväksyttäisiinkö Kolmostelevision muuttuminen MTV:n tytäryhtiöksi, jos MTV vastapainoksi sitoutuisi esimerkiksi kymmeneksi vuodeksi olemaan hakematta omaa toimilupaa? Pakarinen piti kaupankäyntiä riskialttiina mutta kannatti sen kokeilemista. Tunturi soitti ideastaan Paavelalle MTV:hen. Parin tunnin päästä he istuivat ravintola Bellevuessa Katajanokalla ja sorvasivat ehdotuksen yksityiskohtia. Tunturi selosti ne puhelimessa Pakariselle, joka puolestaan pani ne paperille. Wessbergiä malli ei vakuuttanut. Hän ei uskonut hallintoneuvoston sosiaalidemokraattien suostuvan kauppaan ja jopa moitti Tunturia omavaltaisuudesta. Kiuru kuitenkaan ei pitänyt ideaa mahdottomana. Paavela puolestaan kiirehti tapaamaan sairasvuoteella ollutta Nokian varatoimitusjohtajaa Harry Mildhiä ja sai tältä taustatukea.[302]

Toukokuun 11:ntenä neuvottelukunta jätti ehdotuksensa yhtiöiden hallituksille. Sen mukaan Kolmostelevisio jatkaisi toimintaansa, mutta MTV:n tytäryhtiönä, jonka vähemmistöosakkaina Yleisradio ja Nokia jatkaisivat. Yleisradion omistusosuus laskisi 20 prosenttiin MTV:n osuuden kasvaessa 65:een. Yhtiön hallituksessa MTV:llä olisi kaksi paikkaa, muilla yksi. Samalla MTV sitoutuisi toimimaan seuraavan kymmenvuotiskauden Yleisradion toimiluvan alaisuudessa. Selostaessaan esitystä hallintoneuvostolle Kiuru tähdensi mahdollisen sopimuksen paitsi tuovan ”pitkäjänteisyyttä sekä televisio-ohjelmistojen että yhtiöiden talouden suunnitteluun” myös korostavan ”yhtiöiden välisen luottamuksen ja avoimen yhteistyön” merkitystä.[303] Kiurun mielestä yhteisymmärrys, turvatut tulot ja tilanteen vakauttaminen olivat Yleisradiolle tärkeämpi päämäärä kuin Kolmostelevision omistus.

Tässä nousivat esiin suomalaisen yleisradiopolitiikan pragmaattisuus ja kompromissihakuisuus. Koska kanavien rakenteellinen järjestely oli edullinen sekä Yleisradiolle että MTV:lle, ei kumpikaan halunnut juuttua yksityiskohtiin. Ratkaisuksi löytyi kekseliäs sopimusjärjestely, joka näytti turvaavan molempien intressit. ”Ei Yleisradion kiinnostus Kolmoseen ollut niin uskonnollinen, että meidän olisi se pitänyt välttämättä pitää”, Kiuru selittää jälkikäteen. Muistelmissaan hän sanoo päätöksentekoa osaltaan jopa helpoksi. Paavelan mukaan sitoutuminen Yleisradion toimilupaan oli kaupallisen kanavan syntymisen hinta: ”Se oli yhdenlainen kauppatavara. – – Piti löytää keinoja, jolla asiat saatiin menemään lopulliseen pää-

määrään.” Silloisessa lehtihaastattelussa Paavela puhui asioiden panemisesta tärkeysjärjestykseen: ”Täysipainoisen televisiotoiminnan perusedellytykset ovat nyt olemassa. Meillä on oma kanava ja riittävästi ohjelma-aikaa. Uskon, että meillä on aikanaan oma toimilupakin.”[304]

Nokia puolestaan pitäytyi sivussa Kolmostelevision omistuskeskustelusta. Se oli jo aloittanut lähtölaskennan irtautuakseen yhtiöstä, jolle sillä ei enää ollut käyttöä. ”Se oli tehnyt tehtävänsä”, muistaa johtaja Antti Lagerroos.[305]

Kompromissin syntymistä edistivät myös taloudelliset laskelmat, jotka puolsivat vahvasti Kolmostelevision siirtymistä MTV:n tytäryhtiöksi. Aiesopimus edellytti kolmannen verkon rakentamisen kiirehtimistä, jotta se saavuttaisi 95 prosenttia suomalaisista vuoden 1992 loppuun mennessä. Yleisradio oli laskenut, että verkon rakentamiseksi sen tuli varautua jopa 500 miljoonan markan lainarahoitukseen ja varattava lisäksi noin 100 miljoonaa markkaa vuodessa oman ohjelmatarjontansa lisäämiseen MTV:n siirtyessä Kolmoselle. Selvitäkseen velvoitteistaan kaupallisen television pitäisi pystyä kasvattamaan mainosmyynnin liikevaihtoaan jopa 50 prosentilla, vuoden 1988 runsaasta 500 miljoonasta markasta lähes 800 miljoonaan markkaan.[306] MTV:n laskelmissa mainostulojen ei arvioitu vuoteen 1993 mennessä kasvavan kuin korkeintaan 700 miljoonaan markkaan, kun taas ohjelmakustannustensa se uskoi suorastaan vähenevän yhtiön voidessa luopua kolmen kanavan päällekkäisestä ohjelmoinnista.[307]

Yhtiöiden laskelmien välillä oli melkoinen aukko, jonka yhtiöiden talousekspertit, Yleisradion Martti Partanen ja MTV:n Pertti Peltola, lopulta kuroivat umpeen. Verkon rakentamiskustannukset ja sen myötä lainantarve alenivat 400 miljoonaan markkaan. Myös ohjelmiston kehittämisen kustannukset arvioitiin uudelleen, samoin mainosmyynnin liikevaihto erilaisten omistusjärjestelyiden oloissa. Laskelmat osoittivat tytäryhtiömallin mahdollistavan ohjelmiston ja mainonnan tehokkaimman sijoittelun ja estävän hintakilpailun. Yleisradion mallissa mainonnan vuosiliikevaihto voisi jäädä jopa 100 miljoonaa markkaa pienemmäksi kuin MTV-vetoisessa mallissa. Viime kädessä raha näytti kääntävän Yleisradion tytäryhtiömallin taakse. Hallintojohtaja Jouni Mykkänen selitti yhtiön kannanmuutosta myös sillä, että osakkuusyhtiömallissa kahden yhtiön kiistely olisi jatkunut: ”Kysymys on yksinkertaisemmin hoidettavissa yhden konsernin sisällä.”[308]

Yksi kanavaratkaisun avaimista oli myös Yleisradiolle maksettavien korvausten uusi rakenne. Yleisradio oli jo aiemmin tullut MTV:tä vastaan hyväksymällä kiinteän korvauksen sijasta laskentaperusteeksi mainosmyynnin liikevaihdon. Lokakuussa 1988 yhtiöiden hallitusten puheenjohtajat sopivat, että korvaus tulisi jakaa kahteen osaan, joista toisen muodostaisi varsinainen verkkovuokra ja toisen erityinen ”julkisen palvelun maksu”. Yhdessä ne osapuilleen vastaisivat siihenastista korvaussummaa. Omissa muistioissaan MTV kutsui jälkimmäistä osaa myös ”toimi-

lupamaksuksi”. Verkkovuokran kohdalla yhtiö puolestaan korosti sitä, että sen tulisi perustua todellisiin kustannuksiin eikä pelkkään Yleisradion hintapyyntöön.[309]

Jo tammikuun alussa hyväksytty aiepöytäkirja oli vahvistanut korvauksen jatkossa jakautuvan kahteen osaan. Kevään neuvotteluissa verkkovuokran perusteeksi täsmennettiin ”kolmannen lähetysasemaverkon ja lähetysyksikön todelliset investointi- ja käyttökustannukset”, kun taas julkisen palvelun maksun suuruus määräytyisi ”mainonnan myynnin liikevaihdon perusteella”. Ja kun ennen hinnoista oli sovittu vuosittaisissa hintaneuvotteluissa, nyt perussopimukseen kirjattiin pyrkimys määritellä korvausperusteet ”monivuotisin sopimuksin”.[310] Ratkaisu teki MTV:n maksaman korvauksen aiempaa läpinäkyvämmäksi. Yleisradion kannalta hyödyllistä oli se, että kaupallisen toimijan velvollisuus osallistua julkisen palvelun rahoittamiseen kirjattiin julki sopimukseen. Lainsäädännöllisen perustan järjestely sai vasta vuonna 1998, jolloin laki televisio- ja radiotoiminnasta nimesi velvoitteen toimilupamaksuksi.[311]

Kanavaratkaisun avaimet oli löydetty Yleisradion ja MTV:n keskinäisten neuvottelujen tietä valtiovallan ainoastaan myötäillessä taustalla. Jopa Kolmostelevisio ilmoitti hyväksyvänsä saavutetun sovun, joka Heikki Lehmuston mielestä selkiytti omistuspohjaa, yhdensi kaupalliset edut ja vakautti Kolmostelevision asemaa.[312] Toisaalta mitä muutakaan Kolmostelevision toimitusjohtaja olisi voinut sanoa, jos halusi jatkaa työssään.

LINNARAUHA VAI LAIHA KOMPROMISSI?

Kanavajakopäätös oli itse asiassa usean sopimuksen kokonaisuus, josta kolmannen verkon käyttöä koskeva Yleisradion ja MTV:n uusi perussopimus oli vain osa. Yksi sopimuksista sisälsi ohjelmatoiminnan pääpiirteet ja loi pohjan yhtiöiden uudelle ohjelmakoordinaatiolle. Toinen koski Yleisradion ja MTV:n yhteistyötä; sen tärkeimmässä pykälässä MTV sitoutui toimimaan Yleisradion toimiluvan puitteissa. Lisäksi pakettiin kuului kolmannen verkon rakentamisaikataulusta, kustannusarviosta ja lainanottovaltuuksista päättäminen.[313]

MTV:n hallintoneuvosto hyväksyi kanavajaon 1. kesäkuuta ja Yleisradion vastaava elin runsasta viikkoa myöhemmin – yksimielisesti ja vain vähäisin riitasoinnuin. ”Kompromissi oli näissä oloissa paras mahdollinen”, toimitusjohtaja Pilkama arvioi. Hänen mielestään lopputulos antoi MTV:lle suuremmat haasteet ja paremmat toimintamahdollisuudet. Kun pääjohtaja Kiuru kiitti hallintoneuvoston kokouksessa lopputulosta, hän rinnasti kanavaratkaisun Tesvision ostoon vuonna 1964 ja kuvasi lopputulosta ”kymmenen vuoden linnarauhaksi” ja ”kansalliseksi ratkaisuksi”. Yleisradion kannalta hän näki tärkeimmäksi edistysaskeleeksi

sen, että yhtiö saisi vuodesta 1993 alkaen käyttönsä ”kaksi tv-kanavaa, joita eivät naapuriyhtiön mainosblokit katko”. Myönteisenä Kiuru näki myös sen, että Yleisradion hallintoneuvoston ”laaja ja kokoava ohjelmapoliittinen tehtävä” sai jatkua. Hän muistutti myös ratkaisun taloudellisesta taustasta: jos sopua ei olisi syntynyt, ”MTV:n taloudellinen tulos olisi heikentynyt ja jännitteet sen ja YLEn välillä olisivat jatkuneet”.[314]

Pöytäkirjaan jäi SMP:n Rainer Lemströmin pahoittelu sen johdosta, että sopimus synnytti uuden mainosmonopolin. Kokoomuksen Martti Tiuri puolestaan harmitteli yhä sitä, ettei oman toimiluvan myöntämisestä MTV:lle ollut voitu sopia. Keskustan Marjatta Väänänen taas toivoi, että kanavaratkaisu ottaisi riittävästi huomioon kansallisen kulttuurin. Ulkomaisen ohjelmiston lisääntymistä ja mainosmonopolia oli hallintoneuvostossa arvostellut myös sosiaalidemokraattien Reino Paasilinna.[315]

Monopolisyytöksiä oli kuultu muutenkin pitkin vuoden kestänyttä neuvotteluprosessia. Niitä olivat esittäneet paitsi Sanoma Osakeyhtiön varatoimitusjohtaja Matti Anderzén ja Keskuskauppakamarin toimitusjohtaja Matti Aura myös liikenneministeri Pekka Vennamo. Vennamo piti kanavajakoratkaisua sinänsä selkeänä mutta kaipasi televisiotoimintaan lisää kilpailua. Hänestä toimijoita pitäisi olla useita ja kaikille myöntää oma toimilupa. Liikenneministeri ihmetteli myös lehdistön intoa päästä osalliseksi mainoskanavasta, vaikka toisaalta oli valmis pitämään oven auki niitä varten: ”Kannattaako lehdistön sitoa itseään tähän kaupalliseen monopoliin ja näin luopua esimerkiksi omista lähitelevisiohankkeistaan?” Vennamoa epäilytti myös se, riittäisivätkö yhden mainoskanavan tuotot rahoittamaan Yleisradion kahta kanavaa. Myöhemmin hän jopa ehdotti, että kolmoskanavan ohjelmaaika voitaisiin myydä määräajoin huutokaupalla. Ehdotukseensa liikenneministeri haki mallia Britanniasta, jossa oli vastikään ehdotettu ITV:n alueellisten toimilupien huutokauppaamista.[316]

Kanavajakosopimus allekirjoitettiin Yleisradion Kesäkadun päämajan ylimmässä kerroksessa 12. kesäkuuta. Ihan riidaton sopu ei ollut vieläkään, sillä Yleisradio ja MTV olivat aluksi eri mieltä Kolmostelevision osakkeiden hinnasta. Yksimielisyys löytyi vasta syyskuun lopussa, jolloin kokonaiskauppasummaksi sovittiin 13,5 miljoonaa markkaa. Yhden osakkeen hinnaksi tuli siten 3 000 markkaa. Ero Yleisradion alkuperäiseen hintapyyntöön – 5 378 markkaa osakkeelta – oli huomattava. Toisaalta MTV oli alun perin tarjoutunut ostamaan 30 prosentin lisäosuuden Kolmostelevisiosta nimellisellä yhden markan hinnalla. Sillekin tarjoukselle oli perusteensa: kaupattava yhtiö oli veloissa korviaan myöten.[317]

Vastoin uhitteluaan liikenneministeriö ei missään vaiheessa puuttunut yhtiöiden keskinäiseen sopimukseen vaan hyväksyi sen. Liikenneministeriksi Vennamon tilalle siirtynyt Raimo Vistbacka allekirjoitti Yleisradion sisällöltään uudistetun

toimiluvan joulukuussa. Peräti kymmeneksi vuodeksi myönnetyssä toimiluvassa ensimmäistä kertaa myös Yleisradiolle asetettiin MTV:n ja Kolmostelevision perussopimuksista tuttu määräys, jonka mukaan ”riittävän osan” ohjelmista tuli olla kotimaista alkuperää ja ”osa” tuli tilata ulkopuolisilta kotimaisilta tuottajilta.[318] Se jäikin Yleisradion viimeiseksi toimiluvaksi, sillä jo vuoden 1994 alussa uusi yleisradiolaki teki sen tarpeettomaksi.

Viestintäpolitiikan pitkän linjan kannalta kanavajako ilmensi tyylipuhtaasti *rakennepolitiikan* ylivaltaa. Kuten Raimo Salokangas on huomauttanut, kanavajakopäätös oli välillinen seuraus Kolmoskanavan perustamisesta. Samalla se antoi vielä kerran jatkoaikaa Yleisradion toimilupamonopolille, jossa kaupallisella televisiolla oli kuitenkin säännelty rooli. Kolmostelevision perustaminen oli ollut ”imperiumin vastaisku”, jolla Yleisradio ja MTV lujittivat asemiaan satelliitti- ja kaapelikanavia vastaan, kun taas kanavajakopäätös oli iskun johdonmukainen jälkinäytös, jolla televisiojärjestelmän rakenne selkiytettiin.[319] Tämän ansiosta maanpäälliset televisiokanavat säilyttivät Suomessa edelleen johtavan aseman, kun taas kaupallisten television kasvutoiveet kohdistuivat MTV:hen. Kanavajakoratkaisun myötä oli päätösten tasolla avattu kuitenkin myös portti siihen perustavampaan rakennemuutokseen, joka toteutui 1990-luvulla, kun ensin MTV ja sittemmin Nelonen saivat toimiluvan sekä kun uusi laki ja sen yhteydessä tehty periaatepäätös digitalisoinnista liberalisoivat ratkaisevasti televisiotoimintaa.

Tehtyjen ratkaisujen *taloudellista pragmatismia* on korostettu edellä moneen otteeseen. Kolmostelevision aikaansaama hämmennys mainosmarkkinoilla ja vaikutus MTV:n talouteen oli osoittautunut odotettua suuremmaksi. Kanavajaon keskeinen motiivi oli taloudellinen. Vaikutin oli niin vahva, että kun oli käynyt ilmeiseksi, ettei kaksi yhtiötä voisi kannattavasti toimia kolmannella kanavalla, Yleisradio tinki omista periaatteistaan ja suostui MTV-konsernin johtamaan kaupalliseen televisioon. Salokankaan tulkinnan mukaan kanavajakopäätöksellä pelastettiin ennen muuta MTV:n talous, mutta samalla sen tehtävä oli turvata myös Yleisradion tulovirtoja pitkällä aikavälillä.[320]

Kanavajako on myös kouluesimerkki *poliittisista kompromisseista*, jotka ovat tyypillisiä suomalaiselle viestintäpolitiikalle. Ratkaisu edellytti ensiksi sitä, että yhtiöt keskenään löysivät molempia tyydyttävän pohjan yhteistyölle. Yleisradiolle riitti, että toimilupa jäisi yksin sille ja että se lisäksi saisi julkisen palvelun tukimaksun. Nämä seikat yhdessä takasivat, että yhtiö säilytti johtavan asemansa ja valvontavastuunsa yleisradiotoiminnassa. MTV puolestaan sai tahtonsa läpi, kun Kolmostelevisiosta tehtiin sen tytäryhtiö. Yhtiölle riitti, että se saisi käyttöönsä kokonaisen kanavan ja riittävästi ohjelma-aikaa – joskin sopimuksissa erikseen määritellyin ehdoin.[321] Toimilupakysymys oli siihen nähden toisarvoinen. Kun tämä ei kuitenkaan riittänyt Yleisradion hallintoneuvostolle, jossa hallituskumppaneiden, kokoomuk-

sen ja sosiaalidemokraattien, näkemykset olivat vastakkain, kompromissiksi keksittiin sitoutuminen Yleisradion toimilupaan seuraavaksi kymmenvuotiskaudeksi, mikä kelpasi paitsi päähallituspuolueille myös oppositiossa olevalle keskustalle.

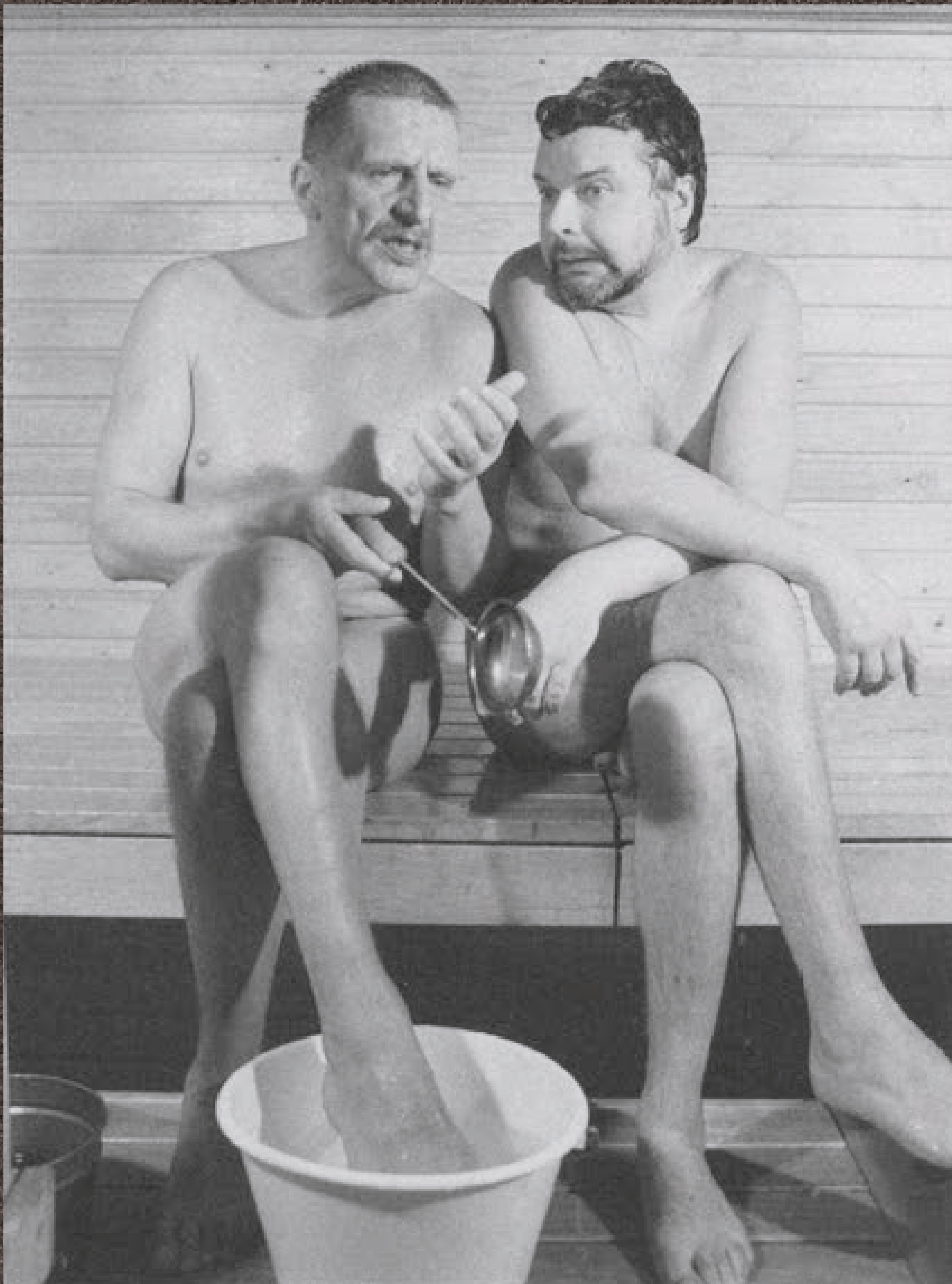
Kompromissinteon sinetöi lopulta se, että ratkaisu tyydytti myös lehdistön valtaosaa. MTV:n omaa toimilupaa lukuun ottamatta lopputulos olikin tismalleen se, jota Sanomalehtien Liiton Timo Laatunen oli vuotta aiemmin ehdottanut MTV:n väläytettyä lehtiyhtiöille, että ne voisivat päästä sen omistajakuntaan. Niinpä *Uudessa Suomessa* tv-sopimusta kutsuttiin "historialliseksi" ja *Aamulehdessä* "järkeväksi".[322]

Poikkeuksen teki *Helsingin Sanomat*. Se luonnehti lopputulosta vain "laihaksi kompromissiksi", koska kanavajako noudatti "tyylipuhtaasti perinteistä yleisradiopoliittista kompromissilinjaa", jossa "molemmat voittivat, mutta Yleisradio huomattavasti enemmän". *Helsingin Sanomat* oli aiemmin ottanut kantaa Kolmostelevision omistukseen vaatimalla, ettei Yleisradion tulisi tunkeutua Kolmostelevision kautta mainosrahoitteiselle kanavalle, ja kannattanut MTV-vetoista ratkaisua. Nyt lehti arvosteli syntynyttä sopimusta, koska MTV jäi Yleisradion rahoitusyhtiöksi ja vuokralaiseksi ja koska myös Kolmostelevisio jäi yhä sen pihtiotteeseen 20 prosentin omistusosuuden vuoksi. Yleisradion ja MTV:n etujen pääkirjoitus näki ratkaisun myötä kietoutuvan entistä tiiviimmin toisiinsa. Yhden hyvän puolen lehti kuitenkin noteerasi: "Yleisradiopoliittinen henkien taistelu rauhoittuu. Televisioyhtiöt pääsevät keskittymään varsinaiseen toimintaansa eli ohjelmatuotantoon."[323]

Kanavaratkaisuun liittyi myös *kulttuurisen protektionismin* elementtejä. Ne sisältyivät ohjelmatoimintaa koskeviin periaatteisiin, joista sovittiin erillisellä sopimuksella ja joissa korostui pyrkimys "kansallisen ohjelmatoiminnan ylläpitämiseen ja kehittämiseen". Tärkeimmät kulttuuripoliittiset tavoitteet lainattiin Kolmostelevision aiemmasta perussopimuksesta. Sen mukaisesti kolmannen kanavan tuli tarjota yleisölle "laadukasta ja monipuolista ohjelmistoa", täydentää Yleisradion ohjelmatoimintaa sekä koordinoida ohjelmien lähetysajat sen kanssa kausitasolla. Kaupallisen kanavan kotimaisuusasteeksi sovittiin nyt 35 prosenttia, ja osa ohjelmistosta tuli hankkia ulkopuolisilta kotimaisilta tuottajilta. Ohjelmiston tuli olla myös "riittävässä määrin" ruotsinkielisen väestön ymmärrettävissä.[324] Vaatimukset olivat väljiä mutta korostivat osaltaan kaupallisen kanavan sitoutumista julkisen yleisradiopalvelun kokonaisuuteen.

Martti Soramäki on esittänyt, että MTV sortui strategiseen virheeseen 1980-luvulla tavoitellessaan omaa kanavaa. Se oli saanut hetkellistä valtaa yleisradiopoliittisessa keskustelussa saatuaan uutislähetyksensä, mutta ei sitten onnistunutkaan saamaan enää lisää ohjelma-aikaa eikä riittävää poliittista tukea toimilupahalulleen. Niinpä yleisradiopoliittisen aloitteen sai hänen mukaansa Yleisradio, joka ensin käynnisti Kolmostelevision perustamisen ja sitten teki aloitteen kanavajaosta. Tämä pakotti MTV:n strategiseen yhteistyöhön Yleisradion kanssa.[325]

Soramäen aikalaisanalyysi liioittelee Yleisradion strategista neuvokkuutta. Ensinnäkin aloite Kolmostelevision perustamiseksi ei ollut yksin Yleisradion. Olen edellisessä jaksossa osoittanut, kuinka MTV ja Nokia omalta osaltaan olivat syöttämässä Yleisradiolle ajatusta kolmannen kanavan käynnistämisestä. Kanavajakoneuvotteluissakaan MTV ei jäänyt sivustakatsojaksi, vaan yhtiö paitsi vaikutti kulisseissa niiden käynnistymiseen myös onnistui viemään ne toivomaansa suuntaan. Vain omaa toimilupaa MTV ei vielä onnistunut kuittaamaan. Kiristyvä kilpailu ja mainostulojen ehtyminen eivät pakottaneet ainoastaan MTV:tä yhteistyöhön Yleisradion kanssa, vaan ne ajoivat myös Yleisradiota vahvistamaan ”strategista liittosuhdettaan”[326] MTV:hen. Molemmilla oli pakottavia tarpeita kanavajakoon. Molemmat halusivat selkiyttää televisiojärjestelmää ja turvata rahantulon. Etu oli yhteinen.





Hyvät herrat oli Kolmosen jälkikauden kenties suosituin ohjelma. Komediasarjan päätehtävissä kauppaneuvos Paukkuna ja hänen vävypoikanaan Tollona nähtiin Matti Tuominen (vas.) ja Eero Melasniemi.

Kuva: MTV3 / HS-arkisto

MTV-KANAVAN RAKENNUSTYÖMAA

Kun Yleisradion pääjohtaja Sakari Kiuru kesäkuussa 1989 kiitti hallintoneuvostossa kanavajakopäätöstä, hän muisti kehua myös Kolmostelevisiota: ”Se on ollut merkittävä pioneeri, joka vaikealla alalla saavutti jo tuloksia etenkin television elokuvatarjonnan rikastajana ja tien avaajana uusille tulolähteille ja ulkopuolisten tv-tuottajien käytölle.” Kiurun mukaan kaapelikanavien ja videokasettien menestys oli jäänyt juuri Kolmostelevision ansiosta vähäisemmäksi kuin esimerkiksi Ruotsissa, jossa Kolmosen kaltaisesta ”vastaiskusta” ei ollut päästy yksimielisyyteen. Ilman vuosien 1985 ja 1986 viisaita päätöksiä kolmas kanava ”saattaisi olla toisissa käsissä”, pääjohtaja arveli.[1]

Yleisradio piti itseään kolmoskanavan isänä. Nyt se oli valmis luopumaan määräysvallastaan yhtiössä. Kanavan alkuperäinen tarkoitus oli toteutunut: kilpailijat oli torjuttu, kanavajakosopimus näytti turvaavan Yleisradion talouden, ja myös jatkuville rajakahakoille MTV:n kanssa oli saatu loppu. Kolmostelevisio oli lunastanut lupauksensa myös siinä mielessä, että vuoden 1989 aikana sen tulos oli kääntynyt positiiviseksi. Vaikka yhtiön kolmen ensimmäisen vuoden yhteenlaskettu tappio oli 50 miljoonan markan suuruusluokkaa, summa oli merkityksetön Yleisradion 1,6 miljardin markan budjetissa. ”Pikkurahoja”, kuten Kiuru kuvasi Kolmosen velkataakkaa lehtiuutisissa.[2]

Lokakuussa hallintoneuvosto siunasi kaupan, jolla Yleisradio myi 30 prosenttia Kolmostelevision osakkeista MTV:lle. Kauppahinta oli jokseenkin muodollinen, 13,5 miljoonaa markkaa, noin 3,3 miljoonaa nykyeuroa. MTV:n haltuun osakkeet siirtyivät joulukuun viimeisenä päivänä.[3] Sen jälkeen sillä oli sopimuksista ja sääntelystä huolimatta sangen vapaat kädet rakentaa kaupallista kanavaa omaa käyttöönsä.

Vuoden 1990 alusta Kolmostelevision ja Kolmoskanavan elämässä alkoikin uusi vaihe. Aluksi yhtiön rooli ei juuri muuttunut, koska se yhä pääpiirteissään vastasi kolmannen kanavan ohjelmatoiminnasta ja alueellisen mainosajan myynnistä. Sen sijaan Kolmoskanavasta, joka siihen asti oli toiminut jokseenkin itsenäisenä, Yleisradion ja MTV:n kanssa kilpailevana ohjelmaväylänä, muodostui tulevan MTV3:n rakennustyömaa. MTV:n ohjelmia alettiin pala palalta sijoittaa kolmannelle kanavalle, josta tuli samalla kaupallisen television entistä määrätietoisempi laboratorio.

Yhä useammalla suomalaisella oli kotona kaapeli-tv-liittymä ja mahdollisuus seurata myös ulkomaisia kilpailevia lähetyksiä. Uutena kotimaisena kilpailijana markkinoille tuli 1990 Suomen Paikallis-TV Kanavat Oy eli PTV, jonka omistivat Sanoma Osakeyhtiö, Turun Sanomat Oy ja Aamulehti-yhtymä. Jo aiemmin HTV oli välittänyt paikallisille kaapelikanaville ohjelmia, mutta nyt PTV alkoi rakentaa parhaan katseluajan ohjelmistoa aiempaa isommilla resursseilla. Tavoitteekseen kanava ilmoitti suoraan pyrkimyksen nousta Suomen neljänneksi tv-kanavaksi. Myös kilpailu lehdistön kanssa kiristyi, kun maan talouden kasvun tylysti katkaissut lama söi kolmanneksen mediamainonnasta.

Kirjan neljäs pääjakso keskittyy vuosiin 1990–1992. Jos Kolmoskanavan kolmea ensimmäistä toimintavuotta luonnehtivat nuorekkuus, kokeilevuus ja yllätyksellisyys, kolmen viimeisen vuoden aikana kanavasta rakennettiin aiempaa aikuismaisempaa ja sovinnaisempaa valtavirran televisiokanavaa. Tässä jaksossa kuvaan ja analysoin, miten kolmoskanavasta rakennettiin kolmessa vuodessa Suomen suosituin tv-kanava. Luonnollisen päätepisteen kirjalle muodostaa tammikuun 1993 kanavauudistus, jossa kaikki kaupallinen televisiotoiminta lopulta siirtyi kolmoskanavalle ykkös- ja kakkoskanavan jäädessä kokonaan Yleisradion käsiin. Kanavauudistus oli menestys nimenomaan MTV3:lle, kuten aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet.[4]

Kolmostelevisiota koskevat viestintäpoliittiset ratkaisut oli jo tehty; edessä oli niiden toteuttaminen. Kolmoskanavan lyhyen elinkaaren jälkimmäinen puolisko oli merkittävä kuitenkin sen kannalta, miten suomalaisen televisiojärjestelmän markkinoituminen lähti toteutumaan. Suomi sai uuden yleisradiolainsäädännön vuosina 1993 ja 1998 paljolti juuri siksi, että Kolmoskanava oli muokannut maaperän otolliseksi liberalisoinnille. Aluksi tarkastelen kanavan ohjelmiston kehitystä. Seuraavassa luvussa tarkastelen Kolmosen menestystä niin yleisö- kuin mainosmarkkinoilla sekä MTV:n omistuksesta samaan aikaan käytyä kamppailua. Jakso päättyy kanavauudistuksen ja sen seurausten analyysiin.

Yhtiönä Kolmostelevisio jatkoi olemassaoloaan kanavauudistuksen jälkeenkin. Sen tehtäväksi jäi MTV:n kaavailujen mukaisesti alueellisen mainosajan myynti, ohjelmaostot ulkopuolisilta tuottajilta sekä urheiluoikeuksien hankinta – kaikki alkuperäisen Kolmostelevision omimpia alueita.

YHTEISEEN ORGANISAATIOON

MTV oli aloittanut yhtiöiden yhteisen organisaation kehittelyn jo varhain. Peruslähtökohta oli, että MTV:llä ja Kolmostelevisiolla olisi konsernissa omia asioitaan varten omat organisaationsa. Yhteisten asioiden ja yhdistymisetujen saavuttamiseksi piti kuitenkin sopia emoyhtiön ja tytäryhtiön työnjaosta ja yhteisistä pelisäännöistä. Piti luoda myös yhteinen osto- ja alihankintapolitiikka. Samoin piti selvittää, mitkä ohjelmaosuudet kolmannella kanavalla tulisivat Kolmostelevision, mitkä taas MTV:n vastuulle.

MTV:n näkökulmasta Kolmonen oli käynnistysvuosinaan tunkeutunut liiankin voimaperäisesti ulkomaisten ohjelmien hankintaan ja ryhtynyt siten kilpailemaan suosituimpien ulkomaisten sarjojen ja elokuvien esitysoikeuksista. Todellisia konfliktitilanteita ei kuitenkaan juuri ollut ilmennyt, vaan asioista oli yleensä pystytty sopimaan. Jo marraskuussa 1988 yhtiöt olivat tehneet ensimmäisen yhteisen oston sopiessaan kahdesta elokuvapaketista amerikkalaisyhtiöiden kanssa. MTV:n Jorma Sairasen mukaan pakettiostosta oli hyötynyt ennen muuta MTV, joka isossa kaupassa sai samalla esitysoikeudet joukkoon erittäin hyviä elokuvia. Jos yhtiö olisi joutunut hankkimaan elokuvat omin päin, se olisi saanut käsiinsä ”myös vähemmän kaupallisia elokuvia, joita Kolmonen on nyt sijoittanut heille vähemmän tärkeisiin ohjelma-aikoihin”.[5]

Henkilökuntien yhdistämisellä saavutettiin vain vähäisiä rahallisia synergiaetuja, sillä Kolmostelevisiossa oli vain viitisenkymmentä työntekijää, MTV:ssä viitisensataa. Voimien yhdistämisestä sen sijaan oli hyötyä ohjelmahankinnassa, jossa se vähentäisi kilpailua ja vahvistaisi konsernin markkina-asemaa. Maaliskuussa 1990 sovittiinkin, että tulevilla televisiofestivaaleilla yhtiöt esiintyisivät yhteisen Mainos Group -lipun alla.[6] Sairanen perusteli yhdistämistä sillä, että Mainos Group muodostaisi maailmalla merkittävän ostajan, jonka yhteenlasketut hankinnat olivat noin 5–6 miljoonaa dollaria vuodessa. Se teki yhdistelmästä ”selvästi vahvimman ostajan Suomessa”.[7] Tällä oli merkitystä, kun PTV tähtäsi kilpailuun MTV:n kanssa niin yleisöstä, mainosrahasta kuin ohjelmistakin. Amerikkalaiset elokuvat ja sarjat muodostivat keskeisen osan molempien ohjelmistosta.[8]

Sairasen mukaan Suomi oli pitkään saanut nauttia syrjäisestä asemastaan ”Neuvostoliiton köyhänä naapurina”. Mutta kun sekä Yleisradio, Kolmonen että HTV olivat aktivoituneet ostajina kansainvälisillä markkinoilla, hinnat olivat alkaneet kallistua. Hänen mielestään etenkin Kolmonen oli maksanut ohjelmistaan ylihintaa, ”koska sillä oli hirveä tarve löytää vetäviä sarjoja ja elokuvia”. Hankintaosastojen yhdistämisellä uskottiin olevan hintakilpailua hillitsevä vaikutus.[9]

Kun Kolmostelevisiosta oli tullut MTV:n tytäryhtiö, oli jokseenkin luonnollista, että ulkomaiset ostot päädyttiin keskittämään nimenomaan jälkimmäiseen.

Sairanen itse nimitettiin ostotoiminnasta vastaavaksi apulaisjohtajaksi. Sarjojen ostoista vastaamaan nimettiin Arto Kivinen, kun taas urheiluohjelmien hankinta keskitettiin johtaja Heikki Seppälälle. Molemmat olivat Kolmosen kokeneita ohjelmanhankkijoita. Vastoin Sairasen ehdotusta Kivinen ja Seppälä eivät siirtyneet MTV:n palvelukseen, vaan jäivät Kolmostelevisioon, jonka tiloihin ostajien ydinryhmä muutenkin keskitettiin. Dokumenttien sekä yksittäisten viihde- ja visailuohjelmien hankinnoista kumpikin yhtiö vastasi itsenäisesti, joskin keskenään koordinoiden.[10]

Ohjelmiston suunnittelua silmällä pitäen konserni perusti erityisen ohjelmatoiminnan suunnitteluryhmän, jonka tehtäväksi tuli laatia vuosi- ja kausisuunnitelmat sekä esitellä ne yhtiön johdolle. Ryhmään kuuluivat ohjelmajohtaja Tauno Äijälä, johtaja Heikki Seppälä, markkinointijohtajat Eero Aalto ja Juha-Pekka Louhelainen sekä apulaisjohtajat Jorma Sairanen ja Markku Takanen. Myös markkinointia ja tiedotusasioita varten perustettiin vastaavanlaiset koordinointiryhmät.[11]

Vaikka yhteisen kanavan rakentaminen innosti kaikkia, konflikteiltakaan ei voitu kokonaan välttyä. MTV ei epäillyt näyttää isännän asemaansa kansainvälisillä kentillä. Toisaalta Kivinen, Sairanen ja Seppälä, jotka matkustivat säännöllisesti samoille tv-alan festivaaleille, oppivat nopeasti, ettei heidän tarvinnut istua samoissa *screeningeissä*. Sairanen osti elokuvat, Kivinen sarjat ja lastenohjelmat ja Seppälä urheilun. Sopimukset tehtiin yleensä Mainos Groupin nimissä, mutta kustannukset jaettiin sen mukaan, tuliko ohjelma MTV:n ohjelmistoon TV1:ssä tai TV2:ssa vai Kolmostelevisioon.[12]

Kun omaa tuotantoa oli vain MTV:llä ja urheilu oli vuoteen 1993 asti keskitetty Kolmoselle, kotimaisten ohjelmien puolella pelisääntöjä ja työnjakoa tarvittiin lähinnä alihankinnoissa. Ei yksin Kolmonen käyttänyt itsenäisten tuotantoyhtiöiden palveluja, vaan myös MTV oli alkanut enenevästi ulkoistaa kotimaista ohjelmistoaan. Tärkeimmät viihdeohjelmat (kuten *Napakympin*) se tuotti kuitenkin itse, tai sitten se osti ne (kuten *Vesku Shown* ja *Pulttiboisin*) tytäryhtiöltään Spede-Team Oy:ltä. Ero hankintojen määrässä oli kuitenkin valtava: kun Kolmostelevisio osti 1989 lähes 500 tuntia ohjelmaa kotimaisilta tuottajilta, MTV:n ostot jäivät runsaaseen 34 tuntiin.[13]

Vaikka Seppälä pani paperille konsernissa noudatettavan alihankintapolitiikan suuntaviivat, linjaus vältti ottamasta kantaa yhtiöiden keskinäiseen työnjakoon, joka mitä ilmeisimmin oli epäselvä. Enemmän muistio pani painoa ulkopuolisten tuottajien kilpailuttamiseen ja ohjelmien hinta-laatusuhteen parantamiseen – siis seikkoihin, jotka hyödyttivät konsernia. Konsernin oman tuotantotekniikan tarpeetonta sitomista alihankintaprojekteihin haluttiin välttää.[14]

OHJELMISTON PÄÄLINJAT

MTV:n oman kanavan suunnittelutyö käynnistyi varsinaisesti vuoden 1989 aikana, mutta ensimmäiset luonnokset kolmannen kanavan ohjelmarungoksi laadittiin yhtiössä jo loppusyksystä 1988, ja ne perustuivat jo siinä vaiheessa noin 70 viikkotunnin ohjelmistoon. Sen merkittävimmät lohkot olisivat joka arkipäiväksi kaavailtu nuoriso-ohjelma (12 tuntia), ulkomaiset sarjat (11), aamulähetykset (10) sekä uutiset ja ajankohtaisohjelmat (9,5). Osansa oli varattu myös elokuville (8 tuntia), visailuille (7), kotimaiselle viihteelle (6), urheilulle (5,5) ja kotimaiselle draamalle (1 tunti viikossa). Kolmosen perinteisten painopisteiden, ulkomaisten elokuvien ja sarjojen, rinnalle nostettiin nyt uutis- ja ajankohtaisohjelmisto ja ”viihteen edelläkävijäohjelmat”.[15]

Ohjelmapolitiikan päälinjat lyötiin kuitenkin lukkoon vasta kevään 1989 tv-kanavaneuvottelukunnassa, jolle MTV:n varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela esitteli yhtiönsä hahmotelmat maaliskuussa. Nyt ohjelmatoiminnan painopistealueiksi listattiin seuraavat:

- uutis- ja ajankohtaistoiminta
- ajankohtaispainotteinen dokumenttiohjelmisto
- erityisyleisöjen urheiluohjelmisto
- viihdeohjelmisto
- teatteriohjelmisto
- ulkomaiset elokuvat ja sarjat
- nuorten ohjelmat.

Kotimaisen ohjelmiston osuudeksi arvioitiin 35 prosenttia ja alihankintaohjelmiston osuudeksi 20 prosenttia. Kanavien välillä vallitsisi selvä työnjako, jonka mukaan MTV hoitaisi urheilussa erityiskohderyhmiä – Formula 1, tennis, laskettelu, golf sekä muut mainostajia kiinnostavat lajit – ja koordinoisi myös nuortenohjelmien, uutis- ja ajankohtaisohjelmien sekä elokuvien lähetysaikoja Yleisradion kanssa. Uutis- ja ajankohtaistoimintaansa MTV sisällytti myös aamulähetykset, joiden puolesta se oli puhunut koko kanavajakoneuvottelujen ajan.[16] Varsinaisesti kolmoskanavan ohjelmatoiminnan periaatteet kirjattiin vasta kesäkuiseen kanavajakosopimukseen. Kuten edellisessä jaksossa jo on todettu, ohjelmatoiminnassa piti ottaa ”kaupallisten näkökohtien ohella” myös ”viestintä- ja kulttuuripoliittiset näkökohdat”, ohjelmiston tuli olla ”laadukasta ja monipuolista” sekä noudattaa Yleisradion kanssa sovittavaa työnjakoa ja kausittaista koordinointia ja siten ”täydentää Yleisradion televisiotoimintaa”. Sopimukseen kirjattiin myös 35 prosentin kotimaisuusvaatimus sekä tavoite hankkia osa ohjelmista indieyhtiöiltä.[17]



”Parhaat menestystarinat syntyvät hyvien tähtien alla.”
Vuonna 1989 Kolmonen houkutteli mainostajia muistuttaen monitahoisesta ohjelmistostaan ja myynnin kannalta otollisesta näkyvyysalueestaan.

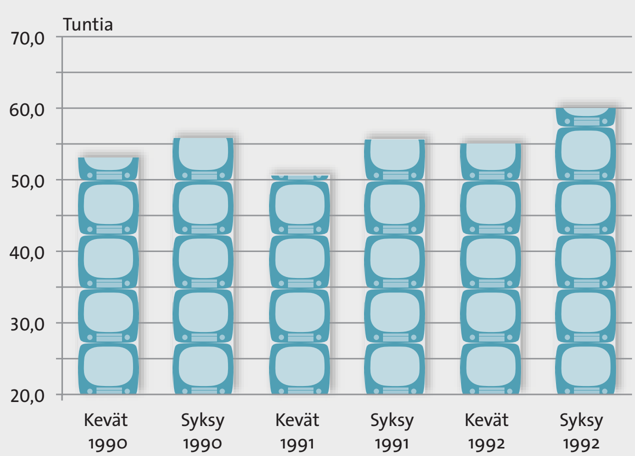
Verrattuna Kolmostelevisiolle aiemmin asetettuihin vaatimuksiin kotimaisuusvaatimus oli muuttunut ankarammaksi, mikä oli ennakoitu jo vuoden 1986 perussopimuksessa. Mutta kun aiemmin Kolmostelevision oli hankittava ”merkittävä osa” ohjelmistaan ulkopuolisilta tuottajilta, nyt riitti ”osa ohjelmatoimintaan tarkoitetuista varoista”. Se oli ymmärrettävä lievennys, koska MTV:n oletettiin siirtävän omaa ohjelmistoaan asteittain kolmoskanavalle. Ohjelmiston tuli aiempaan tapaan olla ”riittävässä määrin” ruotsinkielisen väestönosan ymmärrettävissä. Näin ohjelmistoa koskevat vaatimukset säilyivät jokseenkin ennallaan. 35 prosentin kotimaisuusasteenkin Kolmonen oli saavuttanut jo 1987.

UUTISISTA RAKENNUSPALIKOITA

MTV:n strategiana oli rakentaa Kolmoskanavasta täysipainoinen kaupallinen televisiokanava siirtämällä sinne pala palalta omaa vakio-ohjelmistoaan sekä kehittämällä sen ohjelmakarttaan uusia ohjelmapaikkoja. Ohjelmarunkoa rakennettiin määrätietoisesti tulevaa kaupallista MTV3:a ajatellen.

MTV:n siirtymisen kolmosverkkoon käynnisti jo 1. joulukuuta 1989 aloittanut *Huomenta Suomi*. Se oli Pohjoismaiden ensimmäinen aamuohjelma ja lähetettiin

Kuvio 11 Kolmoskanavan viikoittaisen ohjelma-ajan kehitys 1990–1992



Lähde: Laskettu tutkimuksen otosviikkojen (6, 7, 42 ja 43) perusteella *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistoista.

jokaisena arkipäivänä kello 6.28–8.37.[18] Sen myötä MTV sai viikossa kertaheitolla runsaat kymmenen tuntia lisää ohjelma-aikaa, joskaan ei ykköskanavalta, jonne MTV oli aamuohjelmaa alun perin himoinnut.[19] Samalla Kolmoskanavan viikoittaisen tarjonnan määrä kasvoi runsaaseen 50 tuntiin, missä se sitten pysyikin, kunnes syksyllä 1992, kanavauudistuksen alla, ohjelmatuntien määrä kasvoi 60:een (kuvio 12.1). Aamulähetyksistä vastasi MTV:n uutis- ja ajankohtaistoimitus, joten *Huomenta Suomi* oli samalla Kolmoskanavan ensimmäinen MTV:n tuottama ohjelma.[20]

Vaikka ensimmäinen amerikkalainen aamuohjelma oli käynnistynyt jo vuonna 1952, Eurooppaan ohjelmatyyppi tuli vasta 1980, kun TV-AM aloitti aamushow'nsa ITV-kanavalla Britanniassa. Suomessa *Huomenta Suomi* sai rauhassa totuttaa yleisöä aamukatseluun seitsemän vuoden ajan, ennen kuin se sai kilpailijakseen Yleisradion *Aamu-TV:n*. Aamuohjelmat rakennetaan sekvensseistä, koska perheiden aamurutiiniin ei mahdu ohjelman katsominen kokonaan. Ohjelmasta voi katsoa yksittäisiä osia, minkä jälkeen katsoja voi taas syventyä aamiaiseensa tai sanomalehteen tai poistua työpaikalle. Tyypillistä on studio-osuuksien epämuodollisuus. Haastattelut muistuttavat enemmän keskustelua kuin kuulustelua, mikä on tehnyt aamuohjelmista poliitikkojen suosimia. Lämpimiä värejä tulvivalla lavastuksella puolestaan luodaan kodinomaista tunnelmaa.[21]

Huomenta Suomen isä oli MTV:n ohjelmajohtaja Tauno Äijälä, joka oli vuotta aiemmin nimitetty myös MTV:n uutisten päätoimittajaksi. Äijälä kiersi tutustumassa Euroopan, Yhdysvaltojen ja Australian tärkeimpiin aamulähetyksiin ja poimi niistä ideoita. Äijälän kertoman mukaan suunnittelun lähtökohtana oli "aamun tunnelma, jonka piti olla pehmeä". Toinen oppi oli se, että "juontajina piti olla sama mies–nais-pari viitenä aamuna viikossa". Ensimmäisiksi juontajikseen ohjelma saikin kokeneen kaksikon, Yleisradion ohjelmapäällikön Leena Pakkasen ja *Kauppalehden* päätoimittajan Arto Tuomisen. *Huomenta Suomessa* kotoisaa ilmapiiriä loi myös keittiönpöytää muistuttava lavastus. Itse ohjelman formaatissa uutislähetys ja säätiedotus toistuivat säännöllisesti puolen tunnin välein. Varhaisaamuun sisältyi lehtikatsaus, ajankohtaista asiaa ja haastatteluja juontajien johdatellessa aiheesta ja vieraasta toiseen. Lähetyksen loppua kohden ilme keveni, kun ohjelma tarjosi piirrettyjä koululaisille. Itse asiassa aamuohjelman formaatti oli läheistä sukua Kolmostelevision *Tänään tässä ja nyt* -ohjelmalle. Yhteistä oli väljä riippuvuus päivän uutisotsikoista ja rento tunnelma.[22]

Suomalaiselle televisiotoiminnalle tyypillistä on, että uusille avauksille pyritään hakemaan legitimiteettiä merkittävien poliitikkojen läsnäololla. Kolmostelevision käynnistämistä oli juhlistamassa liikenneministeri Matti Luttinen. *Huomenta Suomen* ensimmäisessä lähetyksessä päävieraana oli pääministeri Harri Holkeri tummassa puvussaan.



Suomen ensimmäinen aamu-tv-ohjelma Huomenta Suomi aloitti Kolmoskanavalla perjantaina 1.12.1989 kello 6.28. Lähetyksen pääjuontajina toimivat kokeneet Arto Tuominen (vas.) ja Leena Pakkanen. Kuva: MTV3 / HS-arkisto

Vaikka *Huomenta Suomi* onnistui jo ensimmäisenä vuonna nostamaan keskikatsojamääränsä 300 000:een, kaikki eivät olleet innoissaan ohjelman tulosta sekoittamaan suomalaisten aamurutiineja. *Helsingin Sanomien* pääkirjoitus katsoi television yrittävän syrjäyttää sanomalehden suomalaisten aamiaispöydässä ja ennakoi lähetyksistä muodostuvan viihteellistä näennäisuutisointia: ”Meilläkin annetaan nyt pikkusormi pahalle.” Lehden mielestä aamutelevisio ei perustunut aitoon kysyntään, vaan oli käynnistetty vain ”siksi, että talousvaikeuksissaan MTV tarvitsee lisää mainosaikaa”.[23] Väitteen aamuohjelman tarpeettomuudesta osoitti vääräksi viimeistään Persianlahden sodan puhkeaminen 17. tammikuuta 1991. Yhdysvaltain johtaman liittouman aamuyöllä käynnistämät Irakin pommitukset toivat 839 000 katsojaa *Huomenta Suomelle* ja vakiinnuttivat kerralla ohjelman suosion.[24] Lehdet pääsivät kertomaan uutisen vasta seuraavana päivänä.

Uuden elementin Kolmosen ilmeeseen toivat myös illan uutislähetykset. Niistä ensimmäinen oli syksyllä 1990 aloitettu *Uutisruutu*. Se sai aluksi kymmenminuuttisen ohjelmapaikan, josta viisi minuuttia varattiin uutissähkeisiin, kaksi minuuttia säätiedotukseen ja kolme mainoksiin. Tammikuussa uutislähetys ristittiin *Seitsemän uutisiksi*, joka seuraavana syksynä kasvoi puolen tunnin mittaiseksi. Samaan aikaan myös myöhäisiltapäivään sijoitettiin *Uutisminuutti* avaamaan kanavan ohjelmisto. *Seitsemän uutisten* tavoitteeksi asetettu 300 000 katsojaa tavoitettiin lokakuussa 1991.

MTV:ssä tiedettiin, että vakavasti otettavaa kanavaa on mahdoton luoda ilman uutislähetyksiä. Uutislähetyksillä ohjelmatarjontaan ja päivittäiseen kaavioon tuodaan paitsi ryhtiä ja toistuvuutta myös ja ennen muuta statusta. Uutiset tuovat kanavalle koulutettua aktiiviväestöä ja miehiä. *Seitsemän uutisten* tapauksessa kyse oli myös Kolmosen yleisöprofiilin ohjailusta, sillä kanavan alkuillan ohjelmistoa kehiteltiin puhuttelemaan naisvaltaista katsojakuntaa. Kuten uutisten merkitystä ohjelmasijoittelussa tutkinut Miira Lähteenmäki on todennut, uutiset ovat kanavan ”kruununjalokivi ja lippulaiva”, joiden mukana ”pysyy tai kaatuu kanavan uskottavuus”.[25] Kun yksin aamutelevisioon mahtui viisi uutislähetystä, oli Kolmosen uutislähetysten määrä runsaassa vuodessa lisääntynyt nollasta seitsemään luomalla ohjelmakarttaan kokonaan uudet uutispaikat, jotka haastoivat Yleisradion herruutta sähköisessä uutisvälityksessä.

PRIME TIME AIKAISEMMAKSI

Kolmostelevisio ja MTV eivät tyytyneet täyttämään ainoastaan arkiaamuja, vaan alkoivat tunnustella myös viikonloppuaamujen mahdollisuuksia. Talvella 1990 Kolmostelevisio mullisti monien lapsiperheiden elämän tuomalla ruutuun *Harlekiini*-nimisen ohjelmakokonaisuuden: kaksi ja puoli tuntia piirrettyjä joka lauantaiaamu.



Nuorille suunnattu "kotiinpaluuohjelma", Broadcasters Oy:n tuottama No TV aloitti Kolmosella syyskuussa 1990. Jokaisena arkipäivänä kello 17 esitettyä ohjelmaa juonsivat Baba Lybeck (vas.) ja Jussi Ratsula. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

Näin Kolmonen ryhtyi kilpailemaan aiempaa suoremmin Yleisradion kanssa lapsikatsojista. Kun Yleisradio tarjosi lauantaiaamuisin perinteisiä kotimaisia lastenohjelmia, kaupallinen kanava ojensi amerikkalaisen vaihtoehdon: *Smurffit, Snorkkelit, Jogi-karhun, Maantiekiitäjän, Väiskin ja ystävät* ja *Denverin*. Kun Kolmonen lisäksi lähetti lastenohjelmia arki-iltapäivisin, lisääntyi kanavan lastentarjonta aluksi tuntuvasti. Seuraavana vuonna kanava kuitenkin keskitti tarjontansa viikonloppuihin. Kilpailu pienistä sieluista oli kiristynyt.[26]

Sunnuntaiaamut Kolmonen paalutti vasta syksyllä 1991, kun se sijoitti sinne *Asuntomarkkinat*-nimisen palveluohjelman sekä urheilumakasiininsa *Sporttispurtin* uusinnan. Seuraavana syksynä, kanavauudistuksen kynnyksellä, sieltä löysi paikkansa myös suositun *Teijan keittiössä* -ohjelman uusinta.



Jukka-Pekka Palon (oik.) ja "Megatyttö" Marikan juontama Megavisa aloitti Kolmosella maaliskuussa 1991. Yleisö saattoi osallistua risteilyaluksella kuvattuun tietokilpailuun täyttämällä kotona bingokuponkia. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

Vielä merkittävämpää kehitystyötä kanava kuitenkin teki alkuillan ohjelmiston rakentelussaan. Suomalaisten televisionkatselu ajoittui 1990-luvun alkuun asti hyvin perinteisellä tavalla. Ennen iltakuutta harva edes avasi tv-vastaanotinta, ja vasta seitsemän jälkeen vähintään viidennes kansasta, noin miljoona suomalaista, oli ruudun ääressä. Katselun huippu osui Yleisradion pääuutislähetyksen aikaan. Vastaavasti katselu väheni jyrkästi pian iltakymmenen jälkeen. Paras katseluaika sijoittui meillä siten osapuilleen kello 19:n ja 22:n väliin.[27] Kolmoskanavan ohjelmiston rakentamisesta päävastuun kantaneet Heikki Seppälä ja Tauno Äijälä näkivät, että alkuillassa oli käyttämättömiä mahdollisuuksia.

Koska alkuvuosien ajankohtaismakasiini ei ollut osoittautunut menestykseksi, kokeiltiin "rockpitoista nuorisomakasiinia". Baba Lybeckin ja Jussi Ratsulan juontama *No TV*, joka nähtiin jokaisena arkipäivänä kaudella 1990–1991, tarjosi bändihaastatteluita, musiikkivideoita ja erilaisia vakio-ohjelmia, joihin lukeutuivat muun muassa nostalginen kauhukomediasarja *Me hirviöt* sekä Sleepy Sleepers -tähtien Mato Valtosen ja Sakke Järvenpään *B-studio*. Nopea huumori kukki myös Ruben Stillerin tekemissä haastatteluissa ja Heimo "Holle" Holopaisen Frank Pappa -hah-



Kauniit ja rohkeat oli suomalaisen television ensimmäinen päivittäissaippuaooppera. Kolmoskanava toi sen ohjelmistoon tammikuussa 1992. Ronn Mossin esittämä Ridge Forrester on yksi sarjan keskushahmoista. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

mon ”uutislähetyksissä”. Puolitoistatuntisella kokonaisuudella yritettiin houkutella nuorta yleisöä Kolmoskanavalle, samaan tapaan kuin Kolmonen oli yrittänyt jo aiemminkin *Rock Cafella* ja *Cocko-Loorolla*. *No TV* oli myös Juha Tynkkysen ja Saku Tuomisen samana vuonna perustaman Broadcasters Oy:n ensimmäinen televisiotuotanto.[28]

Maaliskuussa 1991 alkuillan vetonaulaksi nostettiin *Megavisa*, joka nähtiin kolmena iltana viikossa, maanantaisin, keskiviikkoisin ja perjantaisin kello 18.30. Se oli kekseliäs visailuohjelma, joka hyödynsi vuorovaikutteisuutta kenties suoremmin kuin mikään aiempi televisio-ohjelma Suomessa. *Megavisassa* esitettiin kertakaikkisen yksinkertaisia kysymyksiä tavallisille kansalaisille, taviksille. Katsojat saattoivat ottaa osaa visailuun ruksaamalla omia kuponkejaan, joita löytyi näkyvyysalueen ilmaisjakelulehtien välistä. Käytännössä kyse oli tv-bingosta, jossa bingonumeroilla ei ollut suoranaista tekemistä tv-ruudussa käytävän kyselykilvan kanssa ja jossa voitonmahdollisuudet olivat huonommat kuin lotossa. Jos kuvaruudun ”Leena

Helsingistä" vastasi oikein, katsoja sai ruksata vastaavan ruudun. Kun kotiruudukko oli ruksattu täyteen, katsoja sai soittaa televisioon. Nopein soittaja saattoi voittaa auton.[29]

Megavisan kotimaisen konseptin oli suunnitellut Jaakko Visurin Vizor Oy yhdessä Kolmostelevision kanssa, mutta ohjelma pohjautui Britanniassa, bingon emämaassa, kehitettyyn *GoBingo*-formaattiin. Formaatin menestynein sovellus oli Yhdysvalloissa nähty *Trump Card*, jota juonsi Donald Trump. Suomalainen versio nauhoitettiin Suomenlahdella seilaavalla risteilyaluksella M/S Isabellalla. Suomen Trumpina nähtiin näyttelijä Jukka-Pekka Palo ja "Megatyttönä" Marika Salonen. Ohjelma, jota toimitusjohtaja Lehmusto luonnehti yhtiön hallitukselle "Kolmostelevision lähiaikojen suurimmaksi taloudelliseksi ja henkiseksi panostukseksi", täytti tehtävänsä alkuillan viihdeohjelmana ja periytyi aikanaan myös MTV3:n ohjelmistoon, jossa se säilyi vuoteen 1995 asti.[30]

Megavisa ja sen paikalla välipäivinä lähetetyt visailuohjelmat, kuten *Junnutonni*, *Voitosta voittoon* ja *Ruutuässä*, onnistuivat jo aikaistamaan parasta katseluaikaa, mutta vielä merkittävämmän aluevaltauksen Kolmonen teki tammikuussa 1992 tuodessaan ohjelmistoon amerikkalaisen päivittäissaippuasarjan *Kauniit ja rohkeat*. Se sijoitettiin rohkeasti alkamaan jo kello 17.38, jolloin Yleisradio tarjosi ykkösellä lastenohjelmia ja kakkosella ruotsinkielisiä ohjelmia. Alun perin sarjan jaksot olivat puolituntisia, siis todellisuudessa 23 minuuttia pitkiä, mutta Suomessa nähtiin joka päivä kaksi peräkkäistä jaksoa. Jo ensimmäisenä keväänä sarjan katsojaluvut nousivat puolen miljoonan paremmalle puolelle, ja syksyn mittaan päästiin liki miljoonaan.[31]

Suomalaiset olivat katsoneet sankoin joukoin *Peyton Placea*, *Dallasia* ja *Dynastiaa*, mutta Forresterin perheen risteileviä lemmensuhteita kuvaava saippuasarja oli jotain uutta. Tarinassa ei ollut vähäisiäkään ulkoisen uskottavuuden aineksia, mutta suuret lähikuvat kasvoista ja intensiiviset tunteet tekivät ohjelmasta paitsi naisten ja eläkeläisten myös nuorten suosikin. Vaikka sarjan jättisuosio hiipui vuosituhannen vaihteessa, *Kauniiden ja rohkeiden* katselusta tuli sellaistenkin katsojien pikkupahe, jotka eivät olisi halunneet sitä tunnustaa. Kriitikot suhtautuivat ohjelmaan penseästi: Jukka Kajavan mielestä *Kauniit ja rohkeat* menetteli korkeintaan muutaman illan mittaisena vitsinä, mutta koska siitä ei ollut kyse, hankinta oli hänestä sen merkki, että rima oli "alempana kuin aikoihin".[32] *Kauniiden ja rohkeiden* ympärillä käynyttä lehdistökeskustelua tutkineen Jenni Ukkosen mukaan kirjoittelussa pelättiin aluksi sitä, millaisia seurauksia sarjalla oli koukkuun jääneiden arkeen, kun sarja muutti maalaisten lypsyaikoja ja kaupunkilaisten ruokailuaikoja ja kun kauppiaat valittivat myynnin hiljenevän joka päivä tunniksi.[33]

Kauniille ja rohkeille oli alun perin tarjolla myös vaihtoehtoja. Toimitusjohtaja Lehmuston mukaan Sairanen ja Kivinen olivat tuoneet sarjan kasetteja festivaali-

retkiltään, ja sen rinnalla mietittävänä oli sittemmin MTV3:ssa nähty *Tunteita ja tuoksuja* sekä avioparin loputtomista ongelmista kertonut *Guiding Light*. Lehmusto muistelee: ”Me halusimme ajaa sellaisen tosisaippuan. Siinä me istuimme, Kolmosen pienessä kahvitilassa, katsottiin niitä kolmea kasettia ja heitettiin suurin piirtein kruunaa ja klaavaa, mikä valitaan.”[34]

Kauniit ja rohkeat näytti paitsi aikaistavan prime timea merkittävästi – nyt jo puoli kuuteen! – myös synnyttävän uutta kaupalliselle televisiolle ominaista katsomiskulttuuria, jossa saippuaoopperan glamourmaailman ja katsojien arkitodellisuuden rajan annettiin hämärtyä. Päivittäisen saippuasarjan henkilöihin samaistuttiin emotionaalisesti, mitä osaltaan edistivät myös iltapäivä- ja aikakauslehdet, jotka kertoivat sarjan tapahtumista ikään kuin uutisina ja raottivat tulevia tapahtumia ”paljastuksina”. Tällainen kehitys tiivisti viihdelehdistön ja television keskinäistä riippuvuutta sekä oli omiaan luomaan sarjan ympärille suoranaista fanikulttuuria.[35]

Parhaan katseluajan jatkamista myöhäisillassa Kolmonen sen sijaan vältteli kanavauudistukseen asti ja avasi uusia ohjelmapaikkoja hyvin harkitusti. Tiistai-iltojen huippuelokuvapaikastaan Kolmostelevisio piti kiinni, samoin torstai-illoista, johon se raivasi uuden elokuvapaikan. Ainoa laajennus sijoitettiin perjantain myöhäisiltaan, jonne amerikkalainen toimintasarja *Kutsukaa McCall* siirtyi MTV:ltä syyskuussa 1990. Seuraavana keväänä se sai peräänsä *Sporttispurtin*. Viikonlopun Kolmonen rauhoitti edelleen kokonaan ja vetäytyi pääkanavien suurten viihdesatsausten tieltä jo puoli kymmenen aikaan.

Varovaisella strategiallaan Kolmonen pyrki ennen muuta suojelemaan MTV:n *Kymmenen uutisia*, jotka siirtyivät TV2:sta kolmosverkkoon vasta vuoden 1993 kanavauudistuksen myötä. Samoin suojeltiin MTV:n muuta iltaohjelmistoa, josta merkittävimpiä olivat ulkomaisen elokuvan paraatipaikka TV1:n maanantai-illassa sekä ulkomaisten sarjojen ja elokuvien paikat keskiviikkoisin, torstaisin ja perjantaisin TV2:ssa.

OHJELMAT LIIKKUVAT

Ohjelmiston siirtämisen pääkanavilta Kolmoskanavalle oli alun perin määrä tapahtua blokki kerrallaan siten, että yhden päivän MTV-ohjelmisto siirrettäisiin kerralla uuteen ympäristöön mutta vanhaan tuttuun kellonaikaan. Jo varhain oli päätetty, että yhtiön tärkein lippulaiva, *Kymmenen uutiset*, siirtyisi viimeisenä. MTV:n varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela kuvaili siirtourakkaa: ”On katsottava, ettemme siirrä ohjelmiamme niin, että ne tulevat päällekkäin ja syövät toisiaan. Meidän on pystyttävä pitämään mukana omat katsojamme.” Rajoja siirto-operaatiolle asetti



MTV:n vuodesta 1984 alkaen esittämä Dynastia sai kunnian päättyä Kolmosella, kun draamasarjan viimeinen, 217:s, jakso nähtiin helmikuussa 1992. Kuvassa Blake (John Forsythe) ja Alexis (Joan Collins). *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

myös Yleisradion ja MTV:n kanssa sovittu ohjelmakoordinaatio. Esimerkiksi kalliita uutisia ja ajankohtaisohjelmia ei kannattanut lähettää päällekkäin, ei myöskään mittavia kotimaisia viihdeohjelmia, sillä viihteen tekeminen oli taloudellisesti niin kova ponnistus, ettei niitä kannattanut tuhlata.[36]

Siirtäminen ei kuitenkaan ollut ihan yksinkertaista. Ensimmäisiin siirrettyihin ohjelmiin lukeutuivat saippuadraamasarja *Dynastia* (1984–1992) ja amerikkalainen toimintasarja *Kutsukaa McCall*, jotka molemmat tulivat Kolmosen ohjelmi2stoon syksyllä 1990. Marraskuussa toimitusjohtaja Lehmusto raportoi hallitukselle, että katsojamäärät laskivat. Kun *McCall* oli saanut MTV2:ssä keskimäärin 425 000 katsojaa, Kolmosella se pääsi 150 000–225 000:een, ja kun *Dynastia* oli tavoittanut MTV2:ssa jopa 760 000 katsojaa, Kolmosella sarja joutui tyytymään 280 000–300 000:een. Pudotus oli dramaattinen, mutta toisaalta katsojamäärät vastasivat Kolmosen suosituimpien ulkomaisten sarjojen, kuten *Falcon Crestin*, lukemia.[37] *Dynastian* yleisö toki löysi aikanaan suosikkinsa, mutta MTV3:een saakka sarja ei periytynyt, sillä sen viimeinen, 217:s, jakso ehdittiin nähdä Kolmosella helmikuussa 1992. Sen sijaan MTV:n toinen pitkäaikainen vakiosarja, *Dallas* (1981–1991), ehti päättyä ennen kuin sen siirtäminen tuli ajankohtaiseksi.

Sarjat muodostivat niin Kolmosen kuin MTV:nkin ohjelmiston tärkeän rungon, mutta varsinaisia runko-ohjelmia, vakiopaikalla pysyviä kestosuosikkeja, niissä ei juuri ollut eikä niillä sen tähden kovin suurta kaaviostrategista merkitystä. Esimerkiksi syksyllä 1991 Kolmosen ohjelmakartalla oli 16 sarjafilmipaikkaa: maanantaisin *Salainen agentti 86*, *Mamman pojat*, *Simpsonit* ja *Dynastia*, tiistaisin *Falcon Crest* ja *Hyvät herrat*, keskiviikkoisin *Star Trek – uusi sukupolvi* ja *L.A. Law*, torstaisin *Murhamysteerio*, perjantaisin *Kreisi college*, *Monkees*, *Oikeudenjakajat* ja *Kutsukaa McCall*, lauantaisin *Kolkyt ja risat* sekä sunnuntaisin *Disneyn piirretyt* ja *Roseanne*. MTV:n ohjelmistossa ykkös- ja kakkoskanavalla oli samaan aikaan tarjolla 14 eri sarjaa, joukossa muun muassa kotimainen *Ruusun aika* sekä amerikkalaissarjat *Dallas*, *Bill Cosby Show* ja *Twin Peaks*.

Sarjadraaman siirtämisellä oli MTV:lle ja Kolmostelevisiolle merkitystä vain sikäli, kuin ne arvelivat sarjojen joko jatkavan vielä kanavauudistuksen jälkeenkin tai sopivan paremmin Kolmosen ohjelmistoon. Niin kävi esimerkiksi amerikkalaiselle nuorisokomedialle *Kreisi college*, joka siirtyi ykkösverkosta kolmosverkkoon syksyllä 1991. Kalifornialaista rantaelämää kuvaavan *Baywatch*-sarjan MTV puolestaan ensin kesällä 1992 kaappasi PTV:ltä ykköskanavalle mutta siirsi sen syksystä alkaen edelleen Kolmoselle.

Vaikeammin liikuteltavia olivat sen sijaan kotimaiset viihdeohjelmat, eritoten suuret katsojasuosikit, kuten Riitta Väisäsen juontama julkkisvisailu *Kymppitonni* ja Kari Salmelaisen juontama deittiohjelma *Napakymppi*. Niillä oli hyvin vakiintunut asema MTV2:n tarjonnassa, edellisellä torstaisin kello 21.30, jälkimmäisellä

lauantaisin kello 21, ja ne siirrettiin kolmoskanavalle vasta kanavauudistuksessa. MTV:n tutuista viihdeohjelmista ainoastaan Sirpa Viljamaan ja Jorma Pulkkisen juontama arvausleikki *Ruutuässä* siirrettiin tulevalle kanavalle jo syksyllä 1992, jolloin myös Hannu Karpon perinteikäs asiaohjelma *Karpolla on asiaa* sai uuden paikkansa Kolmosen sunnuntai-illasta.[38]

Myös MTV:n jo 1970-luvulla käynnistämä perinteinen iskelmäkilpailu *Syksyn sävel* koki hallitun siirron Kolmoselle syksyllä 1992. Kilpailu järjestettiin lauantaina 10. lokakuuta, jolloin MTV-viihde vietti 25-vuotisjuhliaan järjestämällä paitsi juhlashow'n Kalastajatorpalla myös suuren viihdegaalan Espoon vastavihityssä kulttuurikeskuksessa, jotka molemmat televisioitiin suorana kolmoskanavalla. Televisionkatsojien kannalta illan erikoisuus piili siinä, että niin *Napakymppiä* kuin MTV:n sketsiviihteen uusinta hittiä *Manitbois* saattoi seurata samanaikaisesti sekä kakkosettä kolmosverkosta. Samalla katsojat saivat tilaisuuden katsoa myös *Kymmenen uutiset* Kolmoselta. Tempaus liki kaksinkertaisti ohjelmien katsojaluvut.[39]

Loppujen lopuksi siirrettäviä vakio-ohjelmia löytyi MTV:n tarjonnasta vähän. Syynä oli MTV:n jokseenkin kapea ohjelmavalikoima ykkös- ja kakkosverkossa. Suuri osa kolmosverkon tarjonnasta olikin kokonaan uutta ohjelmistoa, jota kehiteltiin ja hankittiin jo tulevaa MTV3-kanavaa silmällä pitäen. Esimerkiksi suuria katsojalukuja keränneen ja aamu-tv:n lisäksi ainoan ajankohtaisohjelmansa *Sunnuntairaportin* MTV hyllytti kokonaan vuodeksi 1992 sen sijaan, että olisi siirtänyt sen Kolmoselle. Syynä oli yhtiön säästöohjelma, jolla varauduttiin vuoden 1993 H-hetkeen.[40]

VIIHTEEN VALTIAAKSI

Varsinaisten viihdeohjelmien puolella kehittelyn päähuomio oli visailuissa ja tv-leikeissä, joita ohjelmajohtaja Tauno Äijälän näkemyksen mukaan tuli olla ohjelmistossa joka päivä. Toisen painopistealueen muodostivat talk show't ja kolmannen sketsisarjat ja tilannekomediat. Niitä kaikkia myös Kolmostelevisio oli kokeillut käynnistysvuosinaan saavuttamatta kuitenkaan mainittavaa menestystä, kenties *Kolmosvisaa* lukuun ottamatta.

Syyskaudella 1990 Kolmosen ohjelmistoon mahtui viikoittain kuusi erilaista kisailu- tai visailuohjelmaa.[41] Kolmosen ohjelmistosta tutut Spede Pasasen kilpailuohjelmat (*Spedestroikka* ja *Speden sallitut leikit*) ja *Ariadnen lanka* sekä uudet kehitelmät *Voitosta voittoon* ja *Megavisa* täyttivät kanavan leikillisen tehtävän, joten *Ruutuysin*, *Napakympin* ja *Kymppitonnin* siirrolla ei ollut kiire. Pasanen ryhtyi myös vanhan leipälajinsa sketsiviihteen tekijäksi *Speden tee-se-itse-tv:llään* (1991–1992), jossa nähtiin paitsi katsojien lähettämiä videoita myös *Naisen logiikka* -sketsejä ja Jukka Puotilan imitaatioesityksiä. Kanavan toiseksi naurattajaksi vakiintui Heimo



Kokeneen toimittajan Anna-Kaisa Hermusen oma talk show aloitti Kolmosella syyskaudella 1991 ja jatkui MTV3:ssa aina 2000-luvulle saakka. Laulaja Kirka Babitzin oli Hermusen vieraana tammikuussa 1992. Kuva: MTV3 / HS-arkisto

Holopaisen uutistenlukijahahmo Frank Pappa, joka *No TV* -kokeilun jälkeen palasi syksyllä 1991 ruutuun oman nimikkoshow'nsa isäntänä. *Frank Pappa show'sta* muistetaan laulava talonmies Sepi Kumpulainen sekä Frank Papan lentävät lauseet "Kosketelkaa toisianne!" ja "Bailatkaa ankarasti!". Kolmonen onnistui näin nousemaan suomalaisten nuorten hokemakulttuuria muovaavaksi kanavaksi.[42]

Talk show'n puolella Kolmostelevisio toi ruutuun kaksi useammaksi kaudeksi ohjelmistoon jäänyttä uutuutta. Toinen niistä oli toimittaja Anna-Kaisa Hermusen *Hermunen*, joka aloitti MTV:n tuottamana syksyllä 1991. Tässä kahdenkeskisessä haastatteluohjelmassa vieraat olivat Jörn Donnerin, Esa Saarisen ja Samuli Edelmanin kaltaisia julkkiksia, mutta joukossa oli myös poliitikkoja. Aluksi ohjelma sijoitettiin tiistain alkuiltaan, mutta seuraavana keväänä jo torstain keski-iltaan, jolloin katsojalukujakin saatiin nostettua puoleen miljoonaan.[43] Anna-Kaisa Hermunen oli Yleisradiossa mainetta hankkinut kokenut toimittaja, jolla ei ollut samanlaista

julkkisrasitetta kuin esimerkiksi Lenita Airistolla. Kolmosella hänestä kehkeytyi kuitenkin pian "Hermunen", jota naistenlehdet ja iltapäivälehdet piirittivät ja jonka hahmoa pukeutuminen ja temperamentti alkoivat nopeasti leimata.[44] Ohjelma ilmensi ajankohtaiskeskustelun muutosta, jossa toimittajien persoonallisuus ja esiintyminen ruudussa muodostuivat ohjelman tekstuaalisuuden elementeiksi. Tämä tietenkin sopi kaupallisen kanavan tarkoituksiin. Ohjelman vetäjä, joka lisäksi jakoi yleisön mielipiteet, toimi ohjelman tärkeimpänä mainoksena. Hermusesta tulikin juontajana kestosuosikki, jonka ura MTV3:ssä jatkui 2000-luvun alkuun saakka.[45]

Talk show'na merkittävämmäksi tapaukseksi muodostui kuitenkin Broadcasters Oy:n tuottama "viihde- ja vierailuohjelma" *Hyvät pahat ja rumat* (*HPR*), joka aloitti tammikuussa 1992 ja jaksoi MTV3:ssa vuoteen 1997 saakka. Ohjelma teki juontajistaan Simo Rantalaisesta ja Jari Sarasvuosta kuuluisia ja nautti samanlaista kulttimainetta kuin 1960-luvun legendaarinen puheviihdeohjelma *Jatkoaika*. Rantalainen oli aiemmin työskennellyt MTV:ssä urheilutoimittajana, Sarasvuo taas uutispäällikkönä Radio Cityssä. Kaksituntinen kesto ja kehno lähetysaika eivät onnistuneet vähentämään *HPR:n* puhuttelevuutta, sillä ohjelma tehtiin suorana.



Jari Sarasvuon (vas.) ja Simo Rantalaisen juontama Hyvät pahat ja rumat muodostui Kolmoskanavan mullistavimmaksi talk show'ksi, vaikka menestyksensä se lunasti vasta MTV3-kanavalla. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*



Frank Pappa show oli Kolmosen talk show- ja uutisparodia, jonka Heimo ”Holle” Holopainen (vas.) kehitti No TV:ssä luomansa uutisankkurihahmon ympärille. Euroopan säätä ohjelmassa ennusti kehonrakentaja Toni.
Kuva: MTV3 / HS-arkisto

Se teki lopputuloksesta ennakoimattoman – etenkin, kun juontajien suorasukainen tapa puhuttaa haastateltavia oli Suomessa ennenkuulumatonta. Esimerkiksi vastavalitun presidentti Martti Ahtisaaren haastattelussa kysymykset karkasivat epäasiallisuuksiin (”Oletteko laskenut allenne?”), ja kun vieraana oli entinen ministeri, pankinjohtaja Ulf Sundqvist, hänen viereensä istutettiin ”Vara-Uffena” tätä imitoiva Jukka Puotila.[46]

Aluksi *HPR* sijoitettiin lauantai-iltapäivään mutta uusittiin maanantain myöhäisillassa. Seuraavaksi syksyksi ohjelma suorastaan hyllytettiin, kunnes se palautettiin kunniaan MTV3:ssa keväällä 1993. Silloin sen esityspaikaksi vakiintui torstai-ilta. Pertti Näräsen mukaan *HPR:n* "merkitystä suomalaisen tv-kulttuurin uudistajana ja uutena esikuvana on vaikea yliarvioida". Hän kiinnittää huomiota paitsi ohjelman kaupunkilaisuuteen ja radikaalisuuteen myös sen erityiseen maskuliinisuuteen, jonka hän arvioi myös sen suosion lähteeksi. Aluksi kolmantena juontajana olleen Asta Lepän väistyttyä Sarasvuo ja Rantalainen vakiintuivat *HPR:n* eripariseksi juontajakaksikoksi, joiden jännite kulminoitui heidän väliseensä nyrkkeilyotteluun ohjelmassa. Pystytukkainen ja tatuoitu Rantalainen oli ulkoisesti rahvaanomainen ja urheilullinen, kun taas puvussa ja solmiossa viihtyvä Sarasvuo geelitukkineen ja parransänkineen oli ilmeinen juppi.[47]

Jos *HPR* periytyi MTV3:lle lopullista muotoaan vielä etsivänä, valmiimman menestysohjelman se sai poliittisesta komediasarjasta *Hyvät herrat*. Se oli Kolmosen luottoyhtiön VipVisionin kehittelemä formaatti, joka aloitti tammikuussa 1990 ja pysyi ohjelmistossa vuoteen 1996 saakka. Sarjan aiheet ammennettiin iltapäivälehtien otsikoista, ja ajankohtaisuutensa säilyttääkseen jaksot tehtiin ennätysnopeasti, yhdessä päivässä. Alustava käsikirjoitus luovutettiin sunnuntai-iltana ohjaaja Pertti Melasniemelle, lukuharjoitukset pidettiin illalla, ja kuvaukset alkoivat maanantaisin aamuviideltä kirjoittajien täydentäessä tekstiä päivän lööpeistä ja otsikoista. Iltaseitsemältä ohjelma oli jo ruudussa. Ohjelmassa vieraillut *Uuden Suomen* päätoimittaja Ari Valjakka ihaili kuvausten tehokkuutta ja tekijöiden motivaatiota siinä määrin, että suositteli Yleisradion johtajille opintomatkaa kauppaneuvos Paukun lauteille. Seuraavana vuonna ohjelmaa siirrettiin tiistaihin ja iltayhdeksään, mikä hieman helpotti VipVisionin tuotantotiimin kiirettä.[48]

Veijo Hietala on kutsunut *Hyviä herroja* televisiossa tuolloin yleistyneen "postmodernin leikin" huipentumaksi.[49] Itse sarjan syntytarina on kuitenkin arkinen. Ohjelmajohtaja Heikki Seppälä oli festivaalimatkoillaan nähnyt eri maissa tehtyjä poliittisia satiireja ja pitänyt erityisesti BBC:n *Spitting Imagesta*. "Ehdotin [VipVisionin] Porolalle, että miettisitte sellaista ohjelmaa, joka olisi poliittisen satiirin alueella ja joka olisi rakennettu ajankohtaiseksi." Porola oli mennyt kummallisen näköiseksi ja luvannut palata asiaan. Muutaman päivän päästä kävi ilmi, että VipVision oli ehdottanut juuri sen kaltaista sarjaa MTV:lle, joka kuitenkin oli hylännyt idean. Nyt se oli vapaa Kolmosen pohdittavaksi. "Aineelliset ja henkiset resurssit eivät riittäneet kuin siihen, että tarjosimme kerran viikossa puolen tunnin ohjelmaa", Porola on kertonut. Seppälä tarttui siihen, vaikka oli alun perin halunnut pari kolme kertaa viikossa tulevaa satiiria.[50]

Hyvien herrojen varsinaiset luojat olivat sen käsikirjoittajat toimittaja Aarno Laitinen ja Amer-yhtymän silloinen johtaja, kirjailija Lasse Lehtinen. He esiintyivät

salanimillä Saara Lenso ja Sole Sarana, koska Laitinen oli siihen aikaan Yleisradion ajankohtaisohjelmien palveluksessa.[51] Sarjan päähahmot olivat makkaratehtailija, kauppaneuvos Johannes Paukku (Matti Tuominen) ja hänen vävypoikansa Raimo ”Tollo” Koskivuo (Eero Melasniemi), joka eteni sarjan kuluessa sosialidemokraattien puoluesihteeriksi ja edelleen ministeriksi. Suomalaisen politiikanteon perinteitä mukaillen sarjan tapahtumapaikkana oli sauna, jossa Paukun ja Tollon vieraana oli joka viikko joku ajankohtainen politiikan tai talouden hahmo omana itsenään eli ns. cameo-roolissa. Tilannekomedian juonen sisään oli näin istutettu talk show, jossa repliikit kuitenkin oli osittain käsikirjoitettu. Katsoja ei kuitenkaan koskaan voinut tietää, mikä oli vieraan omaa näkemystä, mikä taas hänen suuhunsa kirjoitettua.[52] Kolmantena päähenkilönä nähtiin saunavieraiden selät pesevä kylvettäjä (aluksi Eila Pehkonen, sittemmin Anja Pohjola).

Sarjaa kuvattiin Helsingin Käpylässä sijaitsevan Park Hotelin saunassa, mutta kun hallitusneuvotteluja käynnisteltiin huhtikuussa 1991, kuvausryhmä tallensi fiktiopuoluesihteeri Raimo Koskivuon soluttautuneena presidentinlinnan edessä SDP:n varapuheenjohtajan Erkki Tuomiojan ja eduskuntaryhmän puheenjohtajan Antti Kalliomäen kylkeen. *Helsingin Sanomat* huomasi tilanteen: ”Tyylikkääseen pukuun ja salkkuun sonnustautunut matkapuhelinta heilutteleva Koskivuo sulautui taustaan niin hyvin, ettei eroa toden ja televisiosarjan välillä oikein huomannut.”[53]

Hyvien herrojen tuotantotapa muistuttaa läheisesti satiirin ”ajankohtaismallia”, jota tanskalainen tutkija Hanne Bruun on eritellyt. Bruunin mukaan päivänkohtaisesta uutisjulkisuudesta ammentava poliittinen satiiri hallitsi tanskalaista sketsikomediatuotantoa 1990-luvun lopulle saakka. Ajankohtaisuuden takaamiseksi ohjelmat tuotettiin nopeasti ja tekijöinä kunnostautuivat tunnetut ammattilaiset.[54] Suomessa politiikkaa satirisoivan tv-viihteen buumin aloitti 1981 Yleisradion TV1:n *Hukkaputki*, joka rakentui sketseille. Sille sukua oli 1993 alkanut *Iltalypsy*, joka jäljitteli uutislähetyksen muotoa. Ajallisesti niiden väliin sijoittuva *Hyvät herrat* poikkesi niistä muodoltaan, mutta on helposti tunnistettavissa saman tuotantomallin hedelmäksi. Toisin kuin Yleisradion poliittisissa satiireissa Kolmosen yrityksessä nähtiin populismia. ”Mikä niissä kauppaneuvos Paukun löylyissä on niin makoisaa, että on pakko ängetä mukaan populistisen maailmankuvan lankkumaalariksi?” kirjoitti Jukka Kajava, joka palstallaan ihmetteli toistuvasti poliitikkojen halua käydä polskimassa Park Hotellin altaassa.[55]

Hyvien herrojen vieraaksi pääsemisestä tulikin monille poliitikoille kunnia-asia. Vaikka Paukku ja Tollo tekivät vieraastaan myös pilaa, moni poliitikko lähti leikkiin mukaan, koska laski hyötyvänsä ohjelmassa näkymisestä. Näin se tarjosi etenkin miespoliitikoille viihteellisen ohituskaistan äänestäjien pariin. *Hyvien herrojen* vanavedessä poliitikkojen vierailut viihdeohjelmissa, kuten *Kymppitonnissa* ja *Speden*



Hyvät herrat sekoitti populistisesti faktaa ja fiktiota kutsumalla oikeita poliitikkoja ohjelmaan cameo-rooleissa, siis omana itsenään. Ajankohtaisuutensa säilyttääkseen sarjaa tuotettiin hengästyttävällä aikataululla. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

Speleissä tihentyivät. Kun kisailuohjelmat edellyttivät notkeutta ja nokkeluutta, *Hyvissä herroissa* vieras saattoi päästä esittelemään omia näkemyksiään. ”Poliitikot käyttivät ohjelmaa imagopolitiikkansa välineenä”, Katja Valaskivi on havainnut.[56]

Samalla *Hyvät herrat* oli tärkeää imagopolitiikkaa Kolmoskanavalle. Äkkivääriä mielipiteitä latelevasta kauppaneuvos Paukusta tuli suosittu hahmo, joka sai kutsuja puhujaksi seminaareihin ja liittokokouksiin. Vielä ensimmäisenä keväänä katsojaluvut pysyttelivät 250 000–300 000:n lukemissa, eikä sarja seuraavanakaan keväänä vielä päässyt kuin puoleen miljoonaan. Määrä oli kuitenkin jo niin iso, että Yleisradio väitti ohjelman syövän *Ajankohtaisen kakkosen* katsojalukuja. Miljoonan katsojan rajan ohjelma ylitti ensimmäisen kerran syksyllä 1992, jolloin siitä oli muodostunut Kolmosen suosituin ohjelma.[57]

Vielä yksi Kolmosen ohjelmistoon keksitty kestosuosikki on nostettava esiin: amerikkalainen piirrossarja *Simpsonit*. Matt Groeningin luomat omaperäiset animaatiohahmot alkoivat elokuussa 1990 seikkailla Kolmoskanavan maanantai-illassa kello 20.[58] Silloin kukaan tuskin arvasi, että lukemattomilla Emmy-palkinnoilla



Amerikkalainen piirrossarja Simpsonit aloitti Kolmoskanavalla elokuussa 1990. Matt Groeningin luomat omaperäiset animaatiohahmot jatkavat yhä suomalaisessa televisiossa, nykyään Sub-kanavalla.

Kuva: MTV3 / HS-arkisto

palkittu sarja pyörisi ruudussa vielä vuonna 2012. Vaikka *Simpsonit* ei koskaan noussut katsojalistojen kärkeen, se on ollut tärkeä kulttisarja, jolla on tavoitettu älykkäästä huumorista ja satiirista kiinnostunutta nuorta yleisöä. Jos *Simpsonit* edusti uudenlaista piirrosviihdettä, jota katsoivat sekä lapset että nuoret aikuiset, perinteisempää koko perheen viihdettä kanavalle toi MTV:n vuonna 1991 solmima Disney-sopimus, joka sisälsi paitsi lukemattomien piirrossarjojen myös elokuvien ja luonto-ohjelmien esitysoikeuksia.

VAIHTOEHDOSTA VALTAVIRRAKSI

Tv-kriitikot näkivät merkkejä omistajanvaihdoksen vaikutuksesta Kolmosen ohjelmistoon jo varhain. Arvioidessaan kevätkauden 1991 elokuvaohjelmistoa *Katso*-lehdessä Tarmo Poussu kirjoitti: ”Kolmosen pitkään ylivertaisena pysynyt elokuvaohjelmisto alkaa yhä vaarallisemmin muistuttaa keskivertaisen videoliikkeen

valikoimaa: paljon uutta amerikkalaista rutiinituotantoa taatuilla kassamenestyksillä maustettuina, mutta klassikot ja eurooppalaiset vaihtoehdot ovat harvassa.” Poussun mielestä kanavan elokuvaohjelmisto oli valtavirtaistumassa suuren yleisön suuntaan. Vielä pidemmälle meni *Helsingin Sanomien* Pertti Avola, jonka mukaan kanavan elokuvaohjelmisto oli ollut ”Suomen paras” mutta koostui nyt ”rimanalituksista” ja suoranaisesta ”pohjasakasta”.[59]

Ohjelmiston analyysi vahvistaa pääosin Poussun havainnon. Sunnuntai-illan klassikkoelokuvapaikastaan Kolmonen jaksoi pitää kiinni vain vuoden 1991 syksyyn saakka. Jo sitä ennen se luopui Peter von Baghin asiantuntevista esittelyistä, madalsi klassikkokynnystä ja nuorensi klassikoiden ikää. MTV-vetoisella Kolmosella klassikkoelokuviksi laskettiin jo 1980-luvun elokuvia. Suurten ohjaajanimien (Alfred Hitchcock, John Ford, John Huston, Howard Hawks, William Wyler) elokuvasarjoja mahtui vielä vuoden 1990 ohjelmakartoille, mutta sen jälkeen elämää suuremmat elokuvat jäivät satunnaisiksi.

Sunnuntain sijasta entistä tärkeämmäksi muodostui tiistai-illan elokuvapaikka, jonka yhä selvemmin valtasivat Hollywoodin tuoreet menestyselokuvat. Merkkitapauksia olivat lokakuussa 1990 esitetty Steven Spielbergin *Indiana Jones ja tuomion temppeli* sekä useiden Bond-elokuvien tuominen Kolmosen ohjelmistoon syksyllä 1991. Torstai-illan toimintaelokuvat suunnattiin nuorehkolle yleisölle, draama- ja komediapainotteiset lauantain elokuvat taas perheyleisölle. Molemmat elokuvapaikat nojasivat amerikkalaiseen rutiinituotantoon aivan Poussun arvion mukaisesti. Disney-sopimuksen ansiosta lauantaisin nähtiin myös *Dumbon* ja *Maija Poppasen* kaltaisia lastenelokuvaklassikoita.

Kesällä 1990 Kolmonen toisti edellisenä kesänä kokeilemansa eroottisten elokuvien sarjan. Paheksunta jäi aiempaa vähäisemmäksi, kenties siksi, että tv-erotiikkaan oli jo totuttu ja että rohkeimpia kohtauksia peiteltiin erilaisin pikkuvitsikkäin selityksin. Myös elokuvien ajankohta, illalla kello 23:n jälkeen, oli riittävän myöhäinen. Yksi kaavailluista elokuvista, *Tosinaisia*, jouduttiin kuitenkin vetämään ohjelmistosta liian rohkeana. Sen tilalla nähtiin sovinnaisempi saksalainen seksi-ilottelu *Riemua Alpeilla*.[60]

Myös Kolmosen elokuvatarjonnan nuortuminen on totta. Kun kanavan alkuvuosien elokuvaohjelmistosta keskimäärin vain runsas kolmannes oli 1980-luvun tuotantoa, nyt 1980–90-luvulla valmistuneen uusimman tuotannon osuus kasvoi noin 60 prosenttiin. Ennen 1950-lukua tehdyt elokuvat katosivat tarjonnasta melkein kokonaan. (Taulukko 21.)

Sen sijaan Poussun arvio amerikkalaisen elokuvan lisääntyneestä osuudesta ei päde. 1990-luvun alkuvuosina Kolmonen esitti Hollywood-tuotantoa suhteellisesti hieman vähemmän kuin 1980-luvun loppuvuosina. Brittiläisen elokuvan osuus tarjonnasta lisääntyi, kun taas ranskalaisen väheni. Vuonna 1990 Kolmonen näytti

Taulukko 21 Kolmosen elokuvatarjonta valmistusajankohdan mukaan 1990–1992 (%)

Valmistusvuosi	1990	1991	1992
1920–1929	0,0	0,0	0,0
1930–1939	1,2	0,0	0,4
1940–1949	5,9	1,5	1,1
1950–1959	8,3	7,1	9,6
1960–1969	13,4	12,4	16,2
1970–1979	24,1	16,2	14,0
1980–1989	47,0	60,5	54,8
1990–1992	0,0	2,3	4,0
Yhteensä	100	100	100
N	253	266	272

Lähde: Laskettu *Elävän kuvan* vuosikirjojen julkaisemista listauksista. Ks. Lahti 1991; Lahti & Hanhinen 1992; Hanhinen 1993.

elokuvia kuitenkin 12:sta eri maasta ja kahtena seuraavana vuonna 13:sta, joukossa muun muassa Australia, Etelä-Afrikka, Hollanti, Japani, Kanada, Kuuba, Neuvostoliitto, Norja, Panama ja Sveitsi. Eurooppalaisten elokuvien osuus pysytteli kanavan koko toiminnan ajan viidenneksen tienoilla. Euroopan ja Yhdysvaltojen ulkopuolelta tulevan ”maailmanelokuvan” osuus puolestaan oli parissa kolmessa prosentissa lukuunottamatta vuotta 1991, jolloin se muodosti melkein seitsemän prosenttia Kolmosen elokuvatarjonnasta. (Taulukko 22.)

Eurooppalaisen uuden elokuvan merkkiteoksia nähtiin Kolmosella vielä kevään 1990 ohjelmistossa – muun muassa Paolo ja Vittorio Tavianin *Tähtikirkas yö* ja Ettore Scolan *Tanssit* –, mutta sen jälkeen niitä eksyi tarjontaan vain satunnaisesti. Kolmosen tarjonnan aiempi ”vaihtoehtoisuus” alkoi hälvetä. Loppuvuodesta 1990 alkaen MTV:n elokuvahankinnoista vastasi Boel Söderling, joka oli kouliintunut elokuva-alaan Rautakirjan markkinointipäällikkönä, maan suurimman videoiden maahantuojan palveluksessa. Söderling tunnusti lähtökohtansa puhtaasti kaupallisiksi: ”Pystyin ulkopuolelta tulleena näkemään, että Kolmoskanavan kasvaessa ja laajentuessa kattamaan koko maan, elokuvatarjontaa ei voida jatkaa samanlaisena. – – Oli pakko ajatella niin mainostajia kuin suurta katsojakuntaa, joten kaupallisuudesta ei voi tinkiä.”[61]

Taulukko 22 Kolmosen elokuvatarjonta valmistusmaittain 1990–1992 (%)

Maa	1990	1991	1992
Yhdysvallat	74,3	71,1	72,1
Iso-Britannia	8,7	15,0	14,7
Ranska	4,0	3,0	1,8
Länsi-Saksa	1,2	0,8	3,3
Italia	3,2	2,6	1,1
Suomi	2,8	0,4	2,2
Muut	5,8	7,1	4,8
Yhteensä	100	100	100
N	253	266	272

Lähde: Laskettu *Elävän kuvan* vuosikirjojen julkaisemista listauksista. Ks. Lahti 1991; Lahti & Hanhinen 1992; Hanhinen 1993.

Kotimaiseen elokuvaan Kolmonen ei missään vaiheessa panostanut. Näkyvimmän poikkeuksen muodosti Risto Jarvan alkukauden elokuvien sarja kesällä 1990. Tero Jartin *Panostaja* oli vuoden 1991 ainoa kotimainen elokuva kanavalla, kun taas vuonna 1992 esitettyjen suomalaisten elokuvien kvartetin muodostivat kaksi Turhapuro-elokuvaa, *Uuno Turhapuro armeijan leivissä* ja *Uuno Epsanjassa*, sekä Visa Mäkisen *Mitäs me sankarit* ja hänen salanimellä Frank Sipponen ohjaamansa seksikomedia *Pi pi pii… pilleri*. Kuvaavaa on, että toukokuussa esitetty *Uuno Turhapuro armeijan leivissä* oli Kolmosen ensimmäinen miljoonan katsojan rajan ylittänyt ohjelma.[62] FantasiaFilmiltä tilattujen videoelokuvien sarja jatkui vielä keväällä 1990, kun Jari Halosen *Huolehtivainen rakastaja*, Tuomas Tervan *Varjossa* sekä Halosen yhdessä Tero Jartin ja Timo Harakan kanssa ohjaama *Janne Kuutio* nähtiin ruudussa. Sarjan viimeinen, Juha Hemánuksen *Puistoja*, ehti televisioon vasta keväällä 1991.[63]

Kolmosen alkuvuosia luonnehtinut yllätyksellisyys ja omintakeinen profiili alkoivat muutenkin laimentua. Kolmosen draamaohjelmisto keskittyi komediaan, eikä *Kasvun* kaltaisia yrityksiä enää nähty. Kanavan uutena ohjelmapäällikkönä aloitti kesäkuussa 1991 MTV:ltä Kolmostelevisioon siirtynyt Solja Kievari, jonka tehtäviin kuuluivat draamatilaukset ja kotimaisen fiktiotarjonnan kehittäminen

kanavauudistusta silmällä pitäen. Kievari kertoi nimityksensä jälkeen näkemyksistään *Helsingin Sanomille*: ”Sarjat eivät ole ainoa mahdollisuus. Nehän muodostavat sitä paitsi aina suuren riskin. – – Toisaalta sarja sopii mielestäni televisioon paremmin kuin mihinkään muualle, ehkä radiota lukuun ottamatta.” Tammikuussa 1992, *Hyvien herrojen* talvitauolla, Vizor Oy tuotti kanavalle neliosaisen komediasarjan *Kaikki kotona?* Se esitteli Pirhosen tv-perheen, jonka kohtaloihin katsojat saivat suoraan vaikuttaa. Sarja keräsi nopeasti yli 800 000 katsojaa ja runsaat 5 000 yleisön tekemää ehdotusta, mutta vaikka vuorovaikutuskokeilu oli rohkaiseva, jatkoa sarjalle ei koskaan tehty.[64]

Suoranaiset kulttuuriohjelmat katosivat Kolmosen ohjelmistosta, samoin yhteiskunnalliset asiaohjelmat ja yksittäiset dokumenttielokuvat. Merkittävän poikkeuksen muodosti keskiviikkoisin nähty *Naisten huone*, joka toimi keväästä 1990 syksyyn 1991 kanavan ainoana pysyvänä dokumenttifoorumina. Sen tunnetuimmista töistä vastasi Tarja Tallqvist, sittemmin kristillisten kansanedustaja. Tyypillistä sarjan ohjelmille oli, että ne kertoivat aina yhden henkilön tarinan, millä tavoiteltiin koskettavuutta – ja onnistuttiinkin. Jukka Kajavan mielestä Tallqvistin tammikuussa 1990 nähty *Hätähuuto sairaalasta* oli ”sumeilematon, sokeroimaton ja temputon” kuvaus sairaanhoitajan kohtuuttomasta työmäärästä ja potilaiden kehnoista oloista odotuskäytävillä. Saman vuoden syyskuussa nähty *Olen vanhus, ihminen* taas osoitti, ettei muistihäiriöistä kärsivien vanhusten asiaa saada yleisön tietoisuuteen asiantuntijoita haastattelemalla vaan näyttämällä suoraan, millaista Alzheimer-kodissa on. ”Viesti menee perille ja teho moninkertaistuu”, Kajava kiitti.[65]

Kun Kolmosen dokumenttien lähestymistapa suosi asioiden konkretisointia ja yksilöintiä, se johti joskus myös iltapäivälehtimäiseen sensaatiohakuisuuteen. Esimerkiksi helmikuussa 1990 esitetty *Markon kaksi kuolemaa* oli Antti Arven toimittama kertomus 22-vuotiaaksi eläneestä urheilijasta, joka joutui neliraajahalvauksen uhriksi ja päätyi lopulta itsemurhaan. Elo-syyskuussa 1991 nähty *Bangkok Stories* puolestaan oli Thaimaassa diplomaatin puolisona asuneen toimittaja Helena Lehtimäen kolmiosainen raportti seksiturismista.[66] Kanavan aluevaltauksiin kuului myös dokusoapin tuominen suomalaiseen tv-ruutuun. Amerikkalainen sarja *Hälytys 911* kertoi palomiehistä, poliiseista ja muista ammattiauttajista sekä heitä kohdanneista tosielämän tragedioista – mutta uudelleen dramatisoituina. Se oli tv-historian ensimmäisiä ”poliisikameraohjelmia”, jonka tunnelmaa kehysti juontajan paatoksellinen *voiceover*-kerronta.[67]

Kolmosen asiaohjelmisto keskittyikin aiempaa selvemmin palveluohjelmiin, jollainen pohjimmiltaan oli myös aluksi maanantaisin, sitten keskiviikkoisin ja lopuksi tiistaisin nähty *Naisten huone*. Vuoroviikoin dokumenttien kanssa ohjelma nimittäin tarjosi tavanomaisen Reportteri Oy:n tuottaman makasiinin, jonka juontajina nähtiin muun muassa Hannele Schlizewski ja sittemmin Anna-Maija



Perhekomedia Kaikki kotona? antoi katsojille mahdollisuuden vaikuttaa juonen kulkuun. Yleisö lähetti ehdotuksiaan kirjeitse ja puhelimitse. Internet ei vielä ollut käytössä. Leonardo Pirhosta esitti Mikko Kivinen. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

Tanttu.[68] *Naisten huone* ei jatkanut MTV3:een asti, kun taas kuuluttajalegenda Teija Sopasen oma ruokaohjelma *Teijan keittiössä*, joka tuli Kolmosen ohjelmistoon syksyllä 1990, säilytti kanavauudistuksessa jopa tutun ohjelmapaikkansa torstain keski-illassa. Kanavauudistuksen yli säilyi hengissä myös Sallamaari Niemisen ja Jouni Flinkkilän juontama asumisen, rakentamisen ja sisustamisen sunnuntaiaamuinen makasiiniohjelma *Asuntomarkkinat*.

Kesällä 1991 Kolmonen kokeili yhteistyössä korkeakoulujen kanssa tuotettua *Kesäyliopistoa*, jossa asiantuntija luennoi suoraan katsojille ilman mitään televisioteknisiä temppuja.[69] Kolmostelevisionomaista kokeilussa oli se, että Matti Klingen ja Eino Jutikkalan kaltaisten professori-ikonien rinnalle luennoitsijoiksi kelpuutettiin Teppo Turkin ja Minna Tarkan tyyppisiä nuoren polven tietäjiä.



Maineikkaan tv-kuuluttajan Teija Sopasen oma ruokaohjelma Teijan keittiössä tuli Kolmosen ohjelmistoon syksyllä 1990. Sopanen valmisti ohjelmassa herkkuja julkkisvieraiden ja ystäviensä kanssa. Kuva: MTV3 / HS-arkisto

OHJELMAKAAVIO VAKIOIDAAN

Vielä syksyllä 1987 ohjelmajohtaja Tauno Äijälän mietteet MTV:n mahdollisuuksista selviytyä olivat synkät: Kolmonen ryösti katsojia MTV:ltä ja Yleisradiolta, eivätkä MTV:n hajanaiset ohjelmapaikat tarjonneet mahdollisuuksia luoda yhtenäistä ”MTV-kanavaa”. Äijälän mielestä yhtiö olisi tarvinnut jokapäiväiset säännölliset blokit, esimerkiksi kello 19.00–20.00 toisella kanavalla ja kello 21.00–24.00 toisella. Keski-illassa olisi näytetty ajankohtaisohjelmia ja tv-visailuja tai -leikkejä, loppuillassa uutisia, ulkomaisia sarjoja ja elokuvia. Viikonloppuisin MTV:llä olisi voinut olla myös iltapäiväohjelmaa sekä illalla kotimaista viihdettä ja draamaa.[70]

Äijälä oli hahmotellut tiukasti blokitetun ohjelmakaavion myös Kolmoskanavaa varten jo syksyllä 1986, mutta vasta runsaat kaksi vuotta myöhemmin ohjelmajohtajalla oli viimein tilaisuus alkaa suunnitella täysipainoista kaupallista televisiokanavaa. Ensimmäiset hahmotelmat tulevan MTV3-kanavan ohjelmakaavioksi perustuvat äärimmäiseen selkeyteen. Runko-ohjelmina toimisivat aamuohjelma sekä uutis- ajankohtaisohjelmat. Iltapäivän ja alkuillan väliin sijoitettaisiin päivittäinen kahden tunnin mittainen ”nuoriso-special”, jota seuraisi samoin päivittäinen visailutunti. Kello seitsemän uutisten ja päivittäisten ajankohtaisohjelmien perään

Taulukko 23 Ohjelmajohtaja Äijälän suunnitelma MTV-kanavan ohjelmakaavioksi

Kello	Maanantai	Tiistai	Keskiviikko	Torstai	Perjantai	Lauantai	Sunnuntai
6.30–8.30	Aamu-tv	Aamu-tv	Aamu-tv	Aamu-tv	Aamu-tv		
14.00–16.00						Urheilu	Urheilu
16.00–18.00	Nuoriso-special, ma–la						Perhe-elok.
18.00–19.00	Visailutunti, joka päivä						
19.00–20.00	Uutislähetys ja ajankohtaisohjelmat, joka päivä						
20.00–21.00	Kotimainen teatteri ja viihde, joka päivä						
21.00–22.00	Ulkomainen sarja, joka päivä						
22.00–22.20	*Kymmenen uutiset*, joka päivä paitsi ma jo klo 21						
22.20–	UPE (klo 21.20)	Ulkom. sarja	Urheilu	Tv-elokuva	UPE	Ulkom. sarja	Urheilu Sarja

Lähde: MTV-verkko 1.1.93 alkaen, Tauno Äijälän luonnos 11.10.1988 (TÄK).

sijoittuisivat kotimaisen teatterin ja viihteen sekä ulkomaisten sarjojen tunnit. *Kymmenen uutisten* jälkeinen myöhäisilta tarjoaisi vuoropäivin elokuvia, sarjoja ja urheilua.[71] (Taulukko 23.)

Äärimmilleen vakioitu ohjelmakaavio oli Äijälän ulkomaanmatkoiltaan hankkimien oppien tulos. Hänen mielestään Kolmosen ohjelmistossa oli ollut liikaa pisteohjelmia ja epäsäännöllisyyttä: "Nehän olivat eläneet vähän niin kuin viikon kerrallaan. Ja aina kun tuli tarjolle jokin ohjelma, ne päättivät, että pannaan se vaikka tuonne ja otetaan tuo taas pois. – – Arkipäiväthän pitää vakioida, muuten kanavassa ei ole mitään karaktääriä."[72]

Vaikka Äijälän kaaviofilosofia eli ja kehittyi koko ajan, itse tavoite ei muuttunut: pyrkimyksenä oli rakentaa täyden palvelun tavaratalo, mutta Yleisradiosta erottuvin kaupallisin maustein. "Rakennamme täyden palvelun kanavaa, mutta meillä ei ole samoja velvoitteita kuin Yleisradiolla esimerkiksi aikuiskasvatuksen ja kieliohjelmien suhteen", Äijälä kuvasi eroa. Hänen kaavailuissaan jopa kaksi viidesosaa ohjelmistosta olisi kanavauudistuksen toteutuessa uutis- ja ajankohtaisohjelmia, kun taas ulkomaisten elokuvien ja sarjojen osuutta tulisi karsia noin kolmannekseen. Kotimaiselle viihteelle ja draamalle jäisi silloin noin neljännes sekä pieni osuus myös urheilulle.[73] Lastenohjelmia, varsinaisia asiaohjelmia tai dokumentteja näihin kaavailuihin ei mahtunut.

Osa Äijälän alkuperäisestä kaavioajatuksesta toteutui jo Kolmoskanavalla, jonka ohjelmarakenteessa alkoi 1990-luvun alkuvuosina olla kaivattua "karaktääriä", *Huomenta Suomi*, *Seitsemän uutiset*, *Kauniit ja rohkeat* sekä *Megavisa* oli syksyyn 1992 mennessä naulattu paikoilleen. Myös Kolmosen keski-ilta kotimaisine viihdeohjelmineen ja ulkomaisine sarjoineen muistutti Äijälän alkuperäistä hahmotelmaa, mutta sen selkeyteen kanava ei vielä päässyt, sillä MTV:n piti yhä suojata ykkös- ja kakkoskanavan ohjelmistoaan. Samoin keskentekoiseksi jäi yhä tyhjänä pidetty myöhäisilta.

Vallankin *Seitsemän uutisia* Äijälä piti uuden kolmoskanavan kulmakivenä, kun taas aamutelevisiosta konsernin sisällä oli ristivetoa. MTV:n uutistoimitus koki työmääränsä lisääntyneen, eikä myöskään toimitusjohtaja Lehmusto kuulunut *Huomenta Suomi* -ohjelman ystäviin, koska ei aluksi uskonut sen saavan katsojia eikä mainostajia.[74] Kaavion vakioinnin yksi tärkeä osatekijä oli myös urheiluohjelmien entistä määrätietoisempi tuotteistaminen, minkä olivat aloittaneet jo *Hockey Night* ja *Sporttispurtti*. Syksystä 1990 alkaen kotimaisen jääkiekkoliigan otteluista tehtiin viikoittaista sunnuntai-iltojen hupia, kun taas urheilumakasiini *Sporttispurtti* pysyi perjantaissa ja sai rinnalleen sisarohjelman, autourheiluun erikoistuneen *Ruutulipun*. Niin arjen kuin lauantain ja sunnuntain ohjelmakaavio toteutui syksystä 1990 alkaen puhtaammin kuin Kolmosen alkuvuosina. Samat sarjat toistuivat tutuilla paikoillaan viikosta toiseen, ja ohjelmistoon tuodut päivittäiset (tai lähes päivittäi-

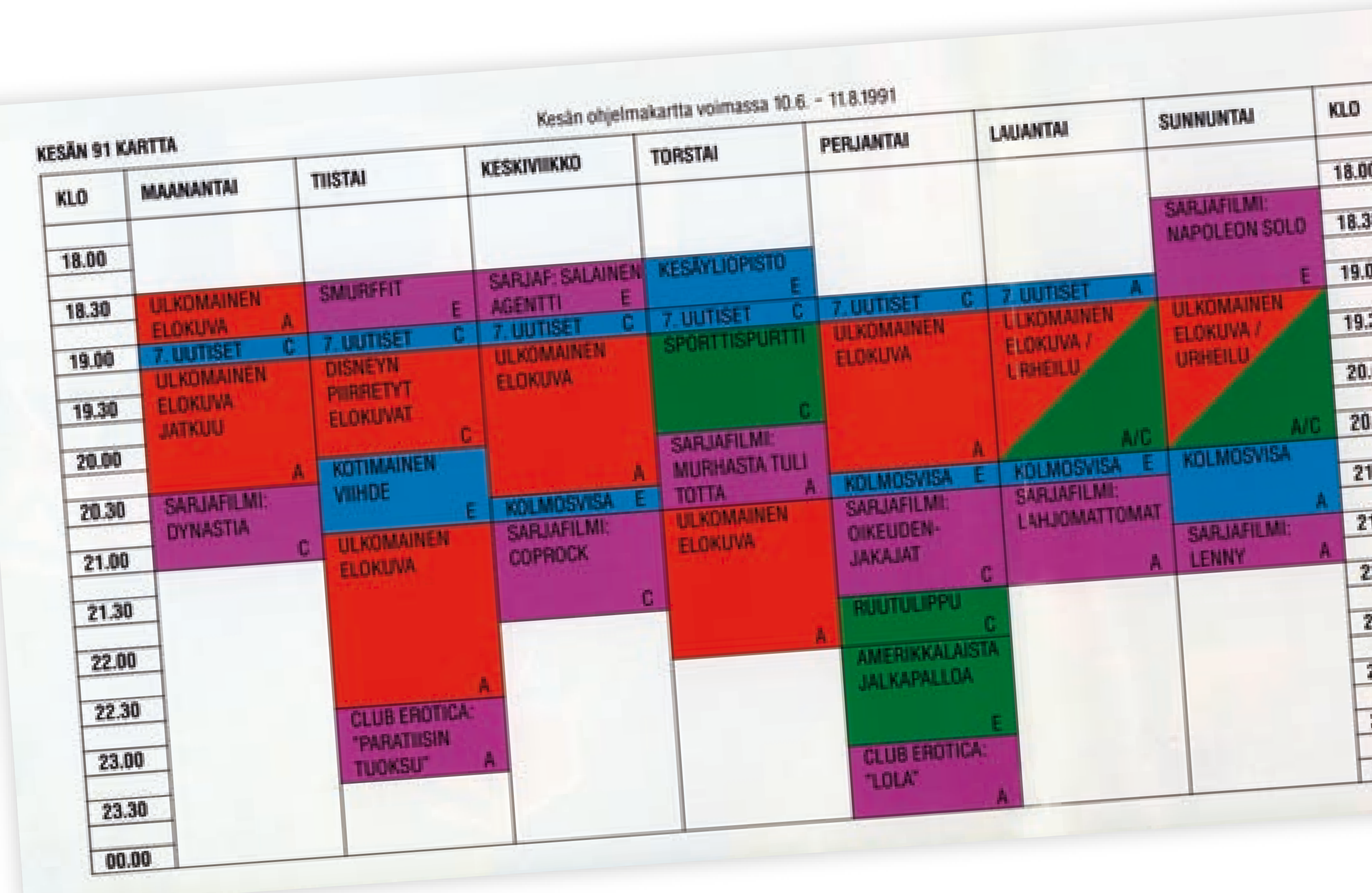
Taulukko 24 Kolmoskanavan loppukauden kaaviorakenne

Lähetys-ajankohta	Kello	Arkisin	Viikonloppuisin
Aamu	6.30–8.30 8.30–10.00 10.00–11.00	Huomenta Suomi	Lastenohjelmia Palveluohjelmi
Iltapäivä	15.00–15.30 15.30–16.00 16.00–16.30 16.30–17.00	[Ei ohjelmaa]	Urheilua Nuortensarjoja
Alkuilta	17.00–17.30 17.30–18.00 18.00–18.30 18.30–19.00	Uutisminuutti No TV (1990–91) Kauniit ja rohkeat (1992–) Kilpailuohjelmia	Viihdeohjelma (la) Klassikko-elokuva (su) [Urheilua]
Prime time	19.00–19.30 19.30–20.00 20.00–20.30 20.30–21.00 21.00–21.30	Seitsemän uutiset Draama- ja jännityssarjoja Komediasarjoja Viihde- ja asiaohjelmia	Seitsemän uutiset Elokuva (la) Hockey Night (su) Talk show ja komediasarjoja (su) Kolmosvisa (su)
Myöhäisilta	21.30–22.00 22.00–22.30 22.30–23.00 23.00–23.30	Elokuvia (ti, to) Toimintasarja (pe) Urheilumakasiinit (pe) Uusintoja (ke)	[Ei ohjelmaa]

set) runko-ohjelmat lisäsivät kaavion helppolukuisuutta ja tunnistettavuutta. Kolmosen ”kanavasaundi” selkiytyi. (Taulukko 24.)

Kuten edellä on jo todettu, Kolmosen kaavio käytiin läpi konsernitasoisessa ohjelmatoiminnan suunnitteluryhmässä, jossa oli laaja edustus sekä MTV:stä että Kolmostelevisiosta aina markkinointiosastoja myöten. Vaikka Heikki Seppälä yhä laati Kolmoskanavan kaavion pohjasuunnitelmat, Äijälä puuttui niihin kärkkäästi ja ajoi parhaansa mukaan omia näkemyksiään. Osapuolten mukaan kokoushuoneessa keskusteltiin välillä hyvin äänekkäästi, mutta yleensä yhteinen näkemys löytyi, sillä ryhmä harvoin puuttui yksittäisiin ohjelmanimikkeisiin. Päähuomio oli ohjelmien sijoittelussa. Louhelaisen mukaan kyse oli paljolti siitä, että ”ohjelmalinja sanoi, mikä on ohjelmistollisesti järkevää, markkinointi taas mietti, miten se saadaan rahoitetuksi”.[75]

Jos Kolmostelevisio oli alkukaudellaan etsinyt naapurikanavien heikkoja kohtia ja yrittänyt iskeä niihin tarjoamalla vaihtoehdon, nyt päähuomio oli oman kanavan rakentamisessa. Eniten tehtiin töitä horisontaalisen ohjelmasijoittelun hyväksi, toisin sanoen ohjelmiston sarjoittamisessa ja palkittamisessa sekä vakio-ohjelmien hyödyntämisessä. MTV:n omien blokkien haastamista oli vältettävä, kun taas Yleisradion haastaminen oli luvallista, kunhan se ei tapahtunut liian aggressiivisesti. Toisaalta osana oman kanavan rakentamista Kolmosessa alettiin käyttää määrätietoisesti myös vertikaalisia sijoittelustrategioita. Niiden avulla Äijälä ja Seppälä uskoivat voivansa ensin houkutella katsojat kanavalle ja sen jälkeen myös pitävänsä heidät mukana.[76]



Kesäisin Kolmosen ohjelmatarjonta supistui verrattuna syys- ja kevätkauteen. Kesän 1991 ohjelmakartassa vakio-ohjelmat, kuten Seitsemän uutiset ja Kolmosvisa, pysyivät kuitenkin tutuilla paikoillaan.



Kaaviostrategiassa lopulta ratkaisevan merkityksen sai Kolmosen alkuillan odotettua suurempi menestys. Puoli seitsemältä lähetetyn *Megavisan* katsojamäärät toisella kaudellaan vakiintuivat 600 000:n paremmalle puolelle, ja kun *Kauniit ja rohkeat* samoin jo toisella kaudellaan alkoi hätyytellä miljoonan katsojan rajapyykkiä, *Seitsemän uutiset* oli saanut oivalliset veturiohjelmat, jotka takasivat kanavan loppuillallekin kohtalaisen katsojavirran. Kanavan keski-illassa parhaiten menestyivät kotimaiset viihde- ja palveluohjelmat sekä *Hyvät herrat*. Ulkomaisista sarjoista harvat muodostuivat suuren yleisön suosikeiksi, mutta niillä saatiin katsojiksi haluttua kaupunkilaista kohdeyleisöä. Vuosien 1990–1992 kaavioissa kahden amerikkalaissarjan sijoittamista peräkkäin vältettiin. Poikkeuksen muodosti maanantai-ilta, jolloin peräkkäin nähtiin *Mamman pojat*, *Simpsonit* ja *Dynastia*. Yleensä ulkomaisia sarjapaikkoja silloitettiin sijoittamalla sen molemmin puolin kotimaista ohjelmaa. Näin ilmeisesti haettiin perintövaikutusta.[77]

Yleisradion puoli yhdeksän uutisten perinteinen ylivalta suomalaisen televisioillan keskipisteenä oli olennaisesti heikentynyt, kun lähetyksen samanaikainen lähettäminen TV1:ssä ja TV2:ssa lopetettiin tammikuussa 1990. Vaikka lähetyksen puolitoistamiljoonainen katsojakunta ei heti vähentynyt, kilpailu alkoi pitkällä aikavälillä pirstoa katsojakuntaa.[78] Yleisradion suuntaan Kolmosen päästrategioita olivat vastaohjelmointi ja risteyskohtien ylittäminen. Suosittua pääuutislähetystä vastaan Kolmonen kamppaili ennen muuta aloittamalla omat ohjelmansa esimerkiksi kahdeksalta ja jatkamalla niitä reilusti yli uutisten alkamisajan. Vain maanantaisin puoli yhdeksältä alkanut *Dynastia* kilpaili suoraan uutislähetyksen kanssa. Yleensä kanava sijoitti uutisia vastaan amerikkalaisia sarjoja ja asiaviihdettä, viikonloppuisin myös elokuvia ja urheilua. Kilpailuhaaste oli näin ollen vähäinen, ja kyse oli aidosta katseluvaihtoehdosta.[79]

OHJELMISTO MONIPUOLISTUU

Vaikka MTV:n tulo mukaan Kolmosen kaaviosuunnitteluun standardisoi ja valtavirtaisti kanavan ohjelmistoa, se samalla monipuolisti sen tarjontaa. Dokumenttielokuvien kaltaiset vakavat asiaohjelmat vähenivät selvästi, mutta toisaalta kevyet palveluasiaohjelmat lisääntyivät. Ajankohtaisohjelmien asema korostui aamutelevision myötä, ja kokonaan uutena ohjelmatyyppinä ohjelmakartalle ilmestyivät uutiset. Toisaalta kun aiemmin sarjafilmit olivat hallinneet Kolmosen karttaa, nyt niiden osuus väheni kolmanneksesta viidennekseen, ja myös elokuvien ja urheilun osuus supistui. Viihdeohjelmien yhteenlaskettu osuus puolestaan lisääntyi lähes viidennekseen. (Taulukko 25.)

Kokonaisuudessaan uuden omistajan tuoma muutos merkitsi faktapainotteisen ohjelmatarjonnan tuntuvaa lisääntymistä aiemmasta noin viidenneksestä runsaaseen kolmannekseen. Näin Kolmosen ilme lähestyi TV1:tä, jossa faktaohjelmiston osuus oli 45 prosentin tuntumassa, ja etenkin TV2:ta, jonka tarjonnasta vain hieman runsas kolmannes oli faktapainotteista. Rakenteellisesti tarkastellen kolmannen kanavan ohjelma-anti muuttui radikaalisti ja vakiintui jo 1990-luvun kolmena ensimmäisenä vuonna, kun taas kanavauudistuksen vaikutus ohjelmarakenteeseen jäi vähäisemmäksi.[80] (Taulukko 26.)

Myös MTV-konsernin pyrkimys sarjamuotoistaa kanavan ohjelmistoa näkyy tilastollisessa tarkastelussa. Kun yksittäisten ohjelmien osuus oli aiemmin ollut jopa kolmanneksen luokkaa, nyt osuus supistui viidennekseen. Se oli tuntuvasti vähemmän kuin Yleisradiolla.[81] Alkuvuosinaan Kolmostelevisio oli tietoisesti pitänyt pisteohjelmien avulla yllä tiettyä väljyyttä kaaviossaan.[82] Suomalaisessa yleisradiokeskustelussa, jota luonnehti Yleisradioon myönteisesti ja kaupalliseen televisioon kielteisesti suhtautuva kaksoisstandardi, sarjat edustivat ”pahaa”, pisteohjelmat ”hyvää”.[83] Juuri ohjelmiston sarjoittumiseen kiinnitti huomiotaan esimerkiksi *Helsingin Sanomien* Jukka Kajava kutsuessaan MTV-vetoista Kolmoskanavaa ”uuden kepeyden lippulaivaksi”. Kriitikon mielestä kanava nojasi sarja-ajatteluun, koska ”menestyvä sarja menestyy myös mainoskakkua jaettaessa”. Tämä antoi hänen arvionsa mukaan samalla esimakua siitä, mitä Kolmoskanavan muuttuminen MTV3:ksi aikanaan merkitsisi.[84]

Muutokset näkyivät myös ohjelmiston alkuperässä. Alkuvuosina jopa puolet Kolmosen ohjelmista oli tämän tutkimuksen aineiston perusteella ollut amerikkalaista alkuperää, mutta nyt amerikkalaisuusaste putosi runsaaseen kolmannekseen. Vastaavasti kotimaisen ohjelmiston osuus kasvoi runsaasta kolmanneksesta yli puoleen, mikä ylitti kirkkaasti kanavalle asetetun 35 prosentin tavoitteen. Kaikesta huolimatta Kolmonen pysyi yhä yleisilmeeltään Yleisradiota paljon amerikkalaisempana, sillä Yleisradion tarjonnasta alle kymmenen prosenttia hankittiin Yhdysvalloista. Suomen ja Yhdysvaltojen lisäksi Kolmonen hankki ohjelmia myös muutamista Länsi-Euroopan ja Aasian maista sekä Australiasta. Näistä hankinnoista valtaosa oli elokuvia, mutta joukkoon mahtui myös sarjafilmejä.

Kaiken kaikkiaan Kolmosen vaikutus ohjelmiston kotimaisuusasteeseen oli positiivinen. Vuonna 1985, ennen Kolmosen perustamista, noin 53 prosenttia television ohjelmatarjonnasta oli Suomessa tuotettua. Kotimaisuusaste laski Kolmosen tuoman amerikkalaispulssin myötä 51 prosenttiin vuonna 1988, mutta neljä vuotta myöhemmin kolmen kanavan yhteenlasketusta tarjonnasta jopa 56 prosenttia oli kotimaista. Vaikka Kolmonen lähes kaksinkertaisti kuusivuotisen toimintansa aikana suomalaisille tarjotun amerikkalaisen ohjelmiston määrän, kotimaisen ohjelmiston määrä lisääntyi absoluuttisesti vielä enemmän. Se ei kuitenkaan riittänyt

Taulukko 25 Kolmoskanavan ohjelmarakenne 1990–1992 (%)

Ohjelmatyyppi	1990	1991	1992
Uutiset	0,9	4,0	5,7
Ajankohtaisohjelmat	19,9	22,7	21,9
Kevyet asiaohjelmat	3,6	4,3	6,9
Asiaohjelmat	5,5	2,6	1,1
Opetusohjelmat	0,0	0,0	0,0
Tv-draama	0,0	2,1	1,1
Elokuvat	15,9	13,5	13,3
Sarjafilmit	22,1	19,2	20,0
Musiikkiohjelmat	1,0	1,8	1,8
Visailut ja pelit	4,4	8,2	6,6
Talk show't	1,6	1,3	5,5
Muut viihdeohjelmat	8,7	6,4	3,2
Urheilu	10,1	9,9	8,9
Lastenohjelmat	6,1	4,0	3,8
Muut ohjelmat	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	100,0	100,0	100,0
Minuuttia	13 085	12 380	13 326
Ohjelmia otoksessa	249	260	296

Lähde: Laskettu *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistauksista otosviikoilla 6, 7, 42 ja 43. Ks. myös Hellman 1999a.

Taulukko 26 Kolmoskanavan ohjelmiston ominaisuuksia 1990–1992

Tunnusluku	1990	1991	1992
Viihdepainotteisuus	62,9	58,4	57,8
Informaatiopainotteisuus	30,0	33,6	35,6
Kotimaisuusaste	48,8	55,2	57,2
Amerikkalaisuusaste	38,7	36,3	37,2
Sarjamuotoisuus	78,6	83,2	79,3

Lähde: Laskettu *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistauksista. Ks. myös Hellman 1999a.
Selitys: Viihdepainotteisuus tarkoittaa tv-draaman, sarjafilmien, elokuvien, erilaisten viihdeohjelmien ja urheilun yhteenlaskettua osuutta. Informaatiopainotteisuus tarkoittaa uutisten ja ajankohtaisohjelmien, asiaohjelmien, palveluohjelmien ja opetusohjelmien yhteenlaskettua osuutta.

Taulukko 27 Ohjelmiston monipuolisuus 1990–1992 (H_{rel})

Kanava/yhtiö	1990	1991	1992
Kolmoskanava	0,79	0,82	0,83
TV1	0,92	0,91	0,90
TV2	0,87	0,86	0,86
YLE	0,92	0,91	0,89
MTV	0,79	0,82	0,81
Kolme kanavaa yhteensä	0,93	0,91	0,91

Lähde: Laskettu *Katso*-lehden julkaisemista ohjelmalistauksista. Ks. myös Hellman 1999a.
Selitys: MTV:n luku sisältää konsernin ohjelmiston Kolmoskanavalla.

estämään suomalaisen television alkanutta amerikanisoitumista. Ennen Kolmosta vain 11–12 prosenttia television ohjelmistosta oli yhdysvaltalaista tuotantoa, mutta vuoteen 1988 mennessä amerikkalaisuusaste nousi aineiston perusteella peräti 28 prosenttiin, mistä se kuitenkin laski vuonna 1992, kanavauudistuksen alla, 21 prosenttiin.[85]

Kolmosen tarjonnan lisääntynyt monipuolisuus ei ilmene ainoastaan uusien ohjelmatyyppien, kuten uutisten, tulona sen ohjelmakartalle. Muutoksen osoittaa myös monipuolisuusmittari, suhteellisen entropian indeksi. Sen mukaan kanavan ohjelmatyyppien jakaumaa ilmentävä indeksiluku nousi alkuvuosien 0,72–0,76:sta uudelle kymmenluvulle, 0,79–0,83:een vuosina 1990–1992. Mittari kertoo Kolmoskanavan nyt tarjonneen (opetusohjelmia lukuunottamatta) kaikkia luokittelussa mukana olleita ohjelmatyyppejä. Ohjelmatarjontansa monipuolisuudessa se lähestyi merkittävästi Yleisradiota, ja kanavana Kolmonen oli jo lähes yhtä monipuolinen kuin TV2, jossa Yleisradio ja MTV yhä jakoivat ohjelma-ajan keskenään.[86] (Taulukko 27.)

Onnistuiko Kolmonen lisäämään suomalaisen televisio-ohjelmiston monipuolisuutta? Yksittäisten kanavien panos televisiotarjonnan monipuolisuuteen voidaan laskea sulkemalla vuoronperään pois kunkin kanavan ohjelmisto yli kanavien lasketusta monipuolisuusindeksistä.[87] Näin laskien Kolmoskanava tuotti monipuolisuutta ohjelmatarjonnan kokonaisuuteen lopulta kolmesta kanavasta vähiten, mutta ilman Kolmosta kanavien yhteenlaskettu monipuolisuus olisi jäänyt hivenen vähäisemmäksi. Vaikka kanava keskitti ohjelmistoaan muita kanavia selvemmin

muutamiin ohjelmatyyppeihin, se onnistui paitsi tarjoamaan uuden katseluvaihtoehdon myös lisäämään hienokseltaan television laskennallista monipuolisuutta.

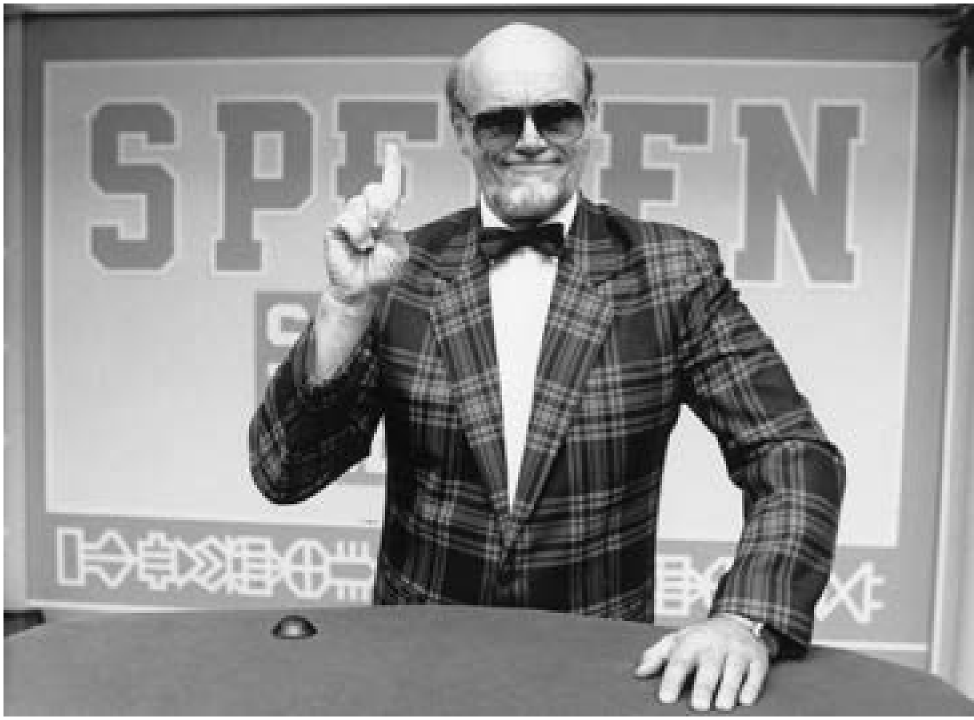
Tätä voisi pitää yhtenä osoituksena Kolmostelevision onnistumisesta sille asetetussa tehtävässä. Perussopimuksen mukaan kanavan ohjelmiston tuli olla "laadukasta ja monipuolista" ja "täydentää Yleisradion televisiotoimintaa". Kolmonen jäi monipuolisuudessa Yleisradiolle, mutta se korosti ohjelmatyyppejä, joita perinteisillä kanavilla oli koettu olevan liian vähän. Television viihdepainotteisuus lisääntyi, mutta sitä kanavalta oli alkuperäisissä strategisissa tavoitteenasetteluissa odotettukin.

OSTAJAN MARKKINAT

Kolmoskanavan uusi isäntä tuli vaikuttaneeksi myös itsenäisten tuotantoyhtiöiden markkinoihin. Kun MTV:n uutistoimituksen tuottamat *Huomenta Suomi* ja *Seitsemän uutiset* aloittivat, Kolmosella oli yhtäkkiä päivittäin kaksi ja puoli tuntia kotimaista ohjelmaa, jota ei ollutkaan tehty talon ulkopuolella. Nyt MTV:stä tuli Kolmosen suurin kotimaisen ohjelman alihankkija, jonka osuus nousi runsaaseen puoleen kanavan hankinnoista. Jos mukaan lasketaan lisäksi MTV-viihteen tuottama *Hermunen* ja Spede-Teamin, MTV:n tytäryhtiön, *Speden sallitut leikit* ja *Speden tee-se-itse-tv*, osuus nousi vieläkin suuremmaksi. Jäljelle jääneistä tunneista taistelivat alan pienemmät pelurit.

Näistä selvästi suurin oli alusta alkaen näkyvänä alihankkijana toiminut VipVision Finland Oy, jonka lippulaivoja olivat *Hyvät herrat, Seitsemäs hetki, Kolmosvisa, Hockey Night* ja *Sporttispurtti*. Jalkansa oven välissä olivat pitäneet myös CreaVideo Oy (*Ruutulippu* ja muu moottoriurheilu) ja Reportteri Oy (*Naisten huone*). Uusina yrityksinä paikkojaan markkinoilla varmistelivat muun muassa Jaakko Visurin Vizor oy (*Megavisa*), Saku Tuomisen ja Juha Tynkkysen Broadcasters Oy (*No TV, Frank Pappa show* ja *Hyvät, pahat ja rumat*) ja Arto Tuomisen Headline Oy (*Kunniani kautta, Manipeli* ja *Asuntomarkkinat*). Niitä pienempiä uusia yrityksiä olivat Europa Vision Oy (*Voitosta voittoon*) ja Dixie Oy / Bread & Circus Oy (*Teijan keittiössä*). Vielä vuonna 1991 Kolmostelevisio raportoi ostaneensa ohjelmia noin 40 kotimaiselta tuotantoyhtiöltä, mutta kanavauudistuksen lähetessä määrä putosi pariinkymmeneen.[88]

Tuntimääräisesti Kolmostelevisio osti ulkopuolisilta kotimaisilta yhtiöiltä yhä 300–400 tuntia ohjelmaa vuosittain, vain hieman vähemmän kuin 1987–1988, mutta kun valtaosa koostui paikoilleen naulatuista sarjoista, uusien tuottajien kynnys päästä markkinoille kasvoi korkeaksi. Alkuvuosina pisteohjelmat ja lyhyet sarjat olivat tehneet mahdolliseksi sen, että ohjelmistoon oli mahtunut useiden yhtiöiden tuotantoa.



Speden sallitut leikit oli yksi Spede Pasasen lukuisista viihdeohjelmista, joita hän tuotti sekä MTV:lle että Kolmoskanavalle. 1990-luvun alkuvuosina MTV:stä tuli itse asiassa Kolmosen suurin alihankkija. *Kuva: MTV3 / HS-arkisto*

Samalla ne olivat olleet käytännöllinen tapa testata uusien tuottajien kykyjä. Kaavion muututtua aiempaa vakioidummaksi tilaa uusille sarjoille ei enää löytynyt.[89]

Etenkin pientuottajille tilanne oli vaikea. ”Olen kyllästynyt hypotyöhön. Yhtiöt anelevat ideoita, mutta sitten ne kuohitaan ja unohdetaan”, *Ariadnen lankaa* yhden naisen yhtiössään tuottanut Lemmikki Becker valitti kesällä 1991. Hän vertasi itsenäisen tuotantoyhtiön asemaa Euroopan siirtotyöläisiin: tuottajia otetaan tarvittaessa töihin ja sitten palautetaan takaisin tarpeettomina. Kolmostelevision viihdehankinnoista vastannut tuottaja Riitta Haavisto puolustautui vetoamalla sarjoittumiseen; ”Isoja hankkeita ei helposti lopeteta, ja kokeneiden tuottajien ideat on valmiiksi mietitty juuri televisio-ohjelmaksi.” Tuottajien ideoista vain viitisen prosenttia meni läpi.[90]

Jos Kolmostelevision käynnistämisvaihe oli tarjonnut karvaita opetuksia monille tuottajille, muun muassa Timo T. A. Mikkoselle, kanavan jälkimmäinen kolmivuotiskausi ei ollut niille yhtään helpompi. Ohjelmamarkkinat osoittautuivat ankarasti kilpailluiksi, ja lisäksi taloudellinen lama kiristi kaikkien yleisradioyhtiöiden ohjelmabudjetteja. Tilanne ajoi itsenäiset yhtiöt halpatuotannon suuntaan, eikä kaikille riittänyt tilauksia. Vuonna 1992 riippumattoman tv-tuotannon bruttoliikevaihdoksi arvioitiin 55 miljoonaa markkaa. Yhtiöistä suurin oli tuolloin 20 miljoonan liikevaihtoa tahkonnut VipVision, joka tuotti noin 200 tuntia ohjelmaa vuodessa eri kanaville.[91]

Kolmostelevision alkuperäiseen tehtävänasetteluun oli kuulunut itsenäisen tuotantorakenteen synnyttäminen Suomeen. 1990-luvun alkuun mennessä tehtävä oli täytetty siinä mielessä, että kymmeniä uusia yrityksiä oli syntynyt joko ohjelma- tai mainostuotantoa varten. Kanavauudistuksen lähetessä alan pudotuspeli kuitenkin kärjistyi muutamien yhtiöiden seuloutuessa pinnalle voittajina. Alkuvuosina kaikki Kolmosen kotimaiset ohjelmat oli tilattu ulkoa, mutta nyt enää runsas kolmannes. Perussopimuksen mukaan ainoastaan osa ohjelmatuotantoon tarkoitetuista varoista tuli suunnata ulkopuolisilta tuottajilta tehtäviin tilauksiin, ja vaatimuksen täyttämiseen jo vähempikin olisi riittänyt. Tuottajien näkökulmasta tilausten väheneminen maistui petokselta. Pohjimmiltaan kyse oli siitä, että myyjän markkinat olivat vaihtuneet ostajan markkinoiksi.

Tämä taantuva kehitys jäi kuitenkin väliaikaiseksi, sillä kanavauudistuksen jälkeen ja Nelosen aloitettua toimintansa kotimaisten ohjelmien ulkoistaminen kiihtyi uudelleen ja ulottui myös Yleisradioon.

VALMIS KAUPALLINEN KANAVA

Edellisessä jaksossa todettiin, kuinka Kolmostelevisio oli jo 1980-luvulla onnistunut luomaan perustaltaan kaupallisen televisiokanavan, jossa oli kuitenkin runsaasti julkisen palvelun television elementtejä, kuten oopperoita, konsertteja ja muita kulttuuriohjelmia. Julkisen palvelun aineksia löytyy myös 1990-luvun alun Kolmoskanavasta, mutta ne olivat uusia ja erilaisia. Nyt mukaan tulivat ajankohtaisesti sävyttynyt aamutelevisio ja päivittäiset uutislähetykset, jotka loivat kanavalle uskottavuutta. Kolmoskanavasta tuli aiempaa kotimaisempi ja vähemmän amerikkalainen. Siitä tuli aiempaa faktapainotteisempi ja vähemmän viihteellinen. Siitä tuli myös aiempaa monipuolisempi, ja se alkoi koostumukseltaan muistuttaa yhä enemmän ykkös- ja kakkoskanavaa.

Toista Yleisradiota Kolmoskanavasta ei kuitenkaan tullut. Siirryttyään MTV:n tytäryhtiöksi Kolmosta alettiin määrätietoisesti luotsata täyden palvelun *kaupalli-*

seksi kanavaksi, jonka ohjelmakaavio oli aiempaa helpommin muistettava, päivästä toiseen lähes samanlaisena toistuva. Kanavan ohjelmistoa alettiin rakentaa jatkumoksi, joka takaisi vakaan yleisövirran läpi koko illan. Kanavan yllätyksellisyys katosi; tilalle tuli ennustettavuus. Painopiste pysyi vankasti viihteellisissä ohjelmatyypeissä, kuten sarjafilmeissä, elokuvissa, viihdeohjelmissa ja urheilussa. Jo ennen kanavauudistuksen H-hetkeä MTV-konsernin käsissä oli hienosäätöä vailla oleva valmis kaupallinen kanava.

Kolmoskanavan toiminnan jälkimmäistä puoliskoa on edellä kuvattu tulevan MTV3:n rakennustyömaana. Työmaaksi sen teki paitsi se, että kanavan ohjelmistoa kehitettiin pala palalta lopulliseen muotoonsa, joka toteutuisi vuoden 1993 kanavauudistuksessa, myös työn määrätietoisuus. Kanavaa rakennettiin konsernivetoisesti luomalla MTV:n ja Kolmostelevision välille yhteiset ohjelmiston suunnittelu- ja hankintaryhmät, joiden tähtäin oli koko ajan tulevassa MTV3-kanavassa. Yhteistyö ja koordinaatio lisääntyivät myös mainosajan myynnissä ja markkinoinnissa. Seuraava luku tarkastelee Kolmostelevision menestystä markkinoilla ja yhtiön talouden kasvua.

MARKKINAJOHTAJUUDEN AINEKSET

Suomen 1990-luvun alun talouskriisi johtui monesta samaan aikaan tapahtuneesta asiasta. Se oli seurausta pääomamarkkinoiden nopeasta avautumisesta; siihen vaikutti ratkaisevasti Neuvostoliiton ja sen myötä idänkaupan romahdus; se oli myös seurausta laajemmasta poliittis-kulttuurisesta murroksesta, jonka myötä suunnittelutalous ja kollektiivinen sopiminen vaihtuivat kilpailutaloudeksi, jossa raha, pääoma, sai määräävän markkina-aseman. Talouden sääntelyn purkamista seurannutta talouskriisiä on pidetty Suomen toisen maailmansodan jälkeisen ajan pahimpana poliittisena kriisinä. Suomen kansantuote romahti jyrkemmin kuin missään muussa OECD-maassa maailmansodan jälkeen. Pankkeja jouduttiin tukemaan kymmenillä miljardeilla markoilla. Joukkotyöttömyys räjähti Länsi-Euroopan toiseksi suurimmaksi. Konkurssien määrä teki uusia ennätyksiä.[92]

Yhdeksänkymmentäluvun alun laman vaikutus suomalaisen mediakenttään oli mullistava.[93] Kolmostelevision perustaminen ei ollut onnistunut pysäyttämään television kutistumista mainosmediana; tarvittiin taantuma, joka tuli ja nosti välineen osuuden mainonnan investoinneista vuoden 1989 pohjalukemasta, runsaasta 13 prosentista, 20 prosenttiin vuonna 1994.[94] Kasvua selittävät sekä ohjelmatarjonnan että katselun lisääntyminen, kenties myös television suurempi hintajoustavuus vaikeina aikoina.

Lama kiristi kilpailun mainosmarkkinoilla äärimmilleen. Kun 1980-luvun loppu oli ollut riehakkaan kasinotalouden ja tuhlauksen aikaa, 1990-luku toi alalle alennusmyynnit ja pakettitarjoukset. Niin sanomalehdistön levikki kuin liikevaihto kääntyivät laskuun. Kun aiemmin kolme neljäsosaa sanomalehtien liikevaihdosta oli kertynyt ilmoitusmyynnistä, vuonna 1991 niiden tuotoista enää 64 prosenttia

tuli ilmoituksista. Sanomalehdistön osuus mediamainonnasta laski vuoden 1988 huipusta, 70 prosentista, vajaaseen 60 prosenttiin vuonna 1994. 1980-luvun lopussa mainontaan oli Suomessa käytetty vuosittain 5,6 miljardia markkaa, mutta vuonna 1993 mainonnan investoinnit olivat enää 4,3 miljardia markkaa. Menetyksistä valtaosa koitui lehdistön kontolle. Television mainosmyynti laski absoluuttisesti ainoastaan vuonna 1991, ja silloinkin vain muutamalla miljoonalla. Viidessä vuodessa MTV lähes kaksinkertaisti osuutensa Suomen mainosmarkkinoista.[95]

Yhdeksänkymmentäluvun alku uuden omistajan tallissa oli Kolmostelevision todellista menestyksen kautta. Vuodesta 1989 vuoteen 1992 Kolmosen katseluosuus kasvoi 11 prosentista 24 prosenttiin ja saavutti syksyllä 1992, kanavauudistuksen kynnyksellä, jo lähes 30 prosentin haamurajan. Kolmosen suosituimmilla ohjelmilla oli jo silloin melkein yhtä suuri yleisö kuin TV1:n ja TV2:n perinteisillä suosikeilla, ja miljoonan katsojan rajapyykki ylittyi jo viikoittain. Kolmostelevisio myös kaksinkertaisti liikevaihtonsa kolmessa vuodessa, ja sen myymien mainosminuuttien määrä viisinkertaistui. Yhtiöstä tuli MTV-konsernin nopeimmin kasvava osa, sillä laajentunut näkyvyysalue toi uusia ilmoittajia kanavalle. Kolmostelevision menestys takasi osaltaan sen, että vuoden 1993 kanavauudistuksessa MTV3:sta saattoi kehittyä paitsi Suomen suosituin televisiokanava myös maan merkittävin mainosmedia *Helsingin Sanomien* rinnalle.

Kun television markkinat osoittivat kasvun merkkejä, oli odotettua, että alalle pyrkisi uusia yrittäjiä. Kolmostelevisio oli onnistunut patoamaan kansainvälisten satelliittikanavien suosion marginaaliseksi, kun taas kaapeli-tv-yhtiöiden paikallisohjelmat olivat liian amatöörimäisiä voidakseen antaa tasapäisen vastuksen yleisradiokanaville. Niiden toimintaa ja ohjelmakarttoja koordinoimaan perustettu PTV haastoi etenkin Kolmoskanavan tarjoamalla viihdettä, sarjoja ja elokuvia parhaaseen katseluaikaan.

KOKO SUOMI KÄSISSÄ

Kolmostelevision kasvun perustan loi luonnollisesti sen katselualueen laajeneminen. Verkko oli aluksi keskittynyt Helsingin, Tampereen ja Turun muodostamaan ”kultaiseen kolmioon”, mihin kanavan tunnuskin viittasi. Sen jälkeen olivat vuorossa olleet suuret maakunnalliset keskukset Lahti, Jyväskylä ja Oulu. Vuoden 1990 aikana rakennettiin Etelä-Pohjanmaan kattavat Vaasan ja Lapuan lähettimet. Samoin tavoitettiin savolaiset, kun Kuopio sai oman lähettimen. Myös näkyvyys Varsinais-Suomessa ja Uudellamaalla koheni, kun Turun lähetin uusittiin ja Pernaja ja Fiskars saivat omat lähettimensä. Seuraavana vuonna olivat vuorossa Satakunta, Keski-Pohjanmaa, Etelä-Karjala ja Etelä-Savo. Vuonna 1992 otettiin loppukiri, kun

Taulukko 28 TV3-verkon laajentuminen 1990–1993

Vuosi	Aseman sijainti	Aloituspäivämäärä	Kasautuva peitto tv-talouksista
1990	Kuopio	1.11.1990	60 %
	Fiskars ja Pernaja	1.12.1990	60 %
	Lapua ja Vaasa	3.12.1990	66 %
1991	Kruunupyy	3.6.1991	68 %
	Pyhävuori	1.8.1991	69 %
	Eurajoki ja Tammela	4.9.1991	75 %
	Mikkeli ja Joutseno	4.11.1991	79 %
1992	Sippola	7.1.1992	83 %
	Kerimäki	15.2.1992	84 %
	Koli ja Iisalmi	30.3.1992	89 %
	Rovaniemi	1.6.1992	90 %
	Vuokatti	31.8.1992	92 %
	Ähtäri	2.11.1992	92 %
	Tervola, Pihtipudas, Haapavesi, Kiihtelysvaara, Pyhätunturi, Posio, Vuotso, Inari ja Karigasniemi	30.11.1992	98 %
	Ylläs ja Kuttanen	14.12.1992	98 %
1993	Ruka	15.2.1993	99 %
	Utsjoki	1.6.1993	99 %
	Taivalkoski	1.6.1993	99 %

Lähde: Hoffrén 1993, 98; Yleisradion vuosikirjat 1990–1992.

Yleisradio avasi Kolmoskanavaa varten kaikkiaan 18 asemaa, nyt jo Lappia myöten. Vuoden 1992 päättyessä runsaat 98 prosenttia suomalaisista oli Kolmosen näkyvyysalueella.[96] (Taulukko 28.)

Uusien markkina-alueiden lisääminen oli yhtiölle elintärkeää, koska kanavan menestyksen oli määrä nojata alueelliseen markkinointiin ja mainonnan todellinen kasvupotentiaali oli maakunnissa. Laajentumista edellyttivät myös kanavan uskottavuus ja läpäisevyys. Kaiken mainosrahoitteisen televisiotoiminnan siirtyminen kolmanteen verkkoon ei mitenkään olisi ollut taloudellisesti mahdollista, ellei verkon peittoa olisi saatu kasvatettua 98–99 prosenttiin televisiotalouksista. Ylä-Lapin asemien lykkäämisestä ehdittiin hetkeksi jo päättää, mutta kun inarilai-



Sanoma Osakeyhtiön PTV:stä alkoi kehittyä Suomen neljäs televisioverkko, joka levittäytyi suurimpiin kaupunkeihin. PTV:n sarjafilmit, elokuvat ja viihde kilpailivat samasta yleisöstä Kolmoskanavan kanssa.

set kirjelmöivät Yleisradiolle ja liikenneministeriölle, rakentaminen sai uutta vauhtia. Kuka Saariselällekään tulisi lomailemaan, jos *Napakymppi* katoaisi ruudusta? Lopulta vain Utsjoen ja Enontekiön noin 1 500 luvanmaksajaa jäi ilman kolmoskanavaa kanavauudistuksen ensi hetkiksi.[97]

Samaan aikaan myös kilpailijat jatkoivat kasvuaan. Vuonna 1987 joka viidennessä suomalaiskodissa oli kaapelitelevisio, mutta 1993 jo joka kolmannessa. Satelliittiliittymien määrä oli siihen mennessä noussut yli sadantuhannen, mikä tarkoitti, että satelliittiantenni oli runsaassa viidessä prosentissa suomalaiskodeista. Joka kolmas suomalainen saattoi näin katsoa yleisimpien kaapelissa välitettyjen kansainvälisten

kanavien, kuten Eurosportin, NBC Super Channelin ja MTV Europen, ohjelmia. Sanoma Osakeyhtiön kontrolliin siirtyneestä PTV:stä alkoi kehittyä Suomen neljäs televisioverkko, joka levittäytyi kaikkiin suurehkoihin kaupunkeihin.[98]

PTV:n lähetyksillä eri kaupungeissa oli yhteinen ohjelmakaavio ja yhtenäistetty mainosmarkkinointi, ja parhaaseen katseluaikaan keskittyvällä tarjonnallaan se pyrki selvästi haastamaan Kolmostelevisiota. Kanava toi kaapelikoteihin samantyyppistä viihdettä kuin HTV:n vuonna 1991 lopettama Viihdekanava oli tuonut: sarjafilmejä ja elokuvia – mutta nyt ilmaistarjontana. Vielä vuonna 1990 PTV hyötyi HTV:n Disney-sopimuksesta, mutta seuraavana vuonna Disneyn oikeudet siirtyivät Mainos Groupille. PTV:n sarjafilmiohjelmisto koostui Hollywoodin rutiinituotannosta, jollaista olisi voinut löytää myös MTV:n tai Kolmosen ohjelmistosta: *Lainvartijat*, *Knots Landing*, *San Franciscon syke*, *Cagney & Lacey*. Palveluohjelmien valikoima muistutti Kolmostelevision kuluttamiseen houkuttavia ohjelmia, joissa sponsorien käyttöäkään ei kaihdettu: *Taloruutu*, *Matka-tv*, *Ruokavinkki*, *Lomamaailma*, *Downhill ski info*, *Vichy Novelle Body*. Kotimaisten viihdeohjelmien (*Hantan kahvelissa*, *Musavisa*, *Zokkotreffit*) lisäksi tarjolla oli myös ulkomaisia, jokseenkin kuluneita vaihtoehtoja (*Benny Hill Show*, *Muppet Show*).

Suuremman haasteen kuin MTV:lle ja Kolmostelevisiolle PTV aiheutti lopulta Yleisradiolle. Vuonna 1992 yhtiö nimittäin onnistui nappaamaan jääkiekon MM-kisojen televisiointioikeudet kolmeksi vuodeksi. Se loi uudenlaisia kisakatsomoita, sillä vain joka neljännellä suomalaisella oli mahdollisuus katsoa PTV:n lähetyksiä. Se osoitti, etteivät perinteiset toimijat voineet enää olleet varmoja menestyksestään tarjouskilpailuissa.[99]

Kovin suurta yleisöä PTV ei kuitenkaan kyennyt houkuttelemaan. 1990-luvun alkuvuosina kaapelitelevision leviäminen hidastui tuntuvasti. PTV tavoitti päivittäin vain kolme neljä prosenttia suomalaisista, ja sen valtakunnallinen katsojaosuus pysytteli sinnikkäästi vajaassa prosentissa ja ohjelmien katsojamäärä alle 100 000:ssa – lukuunottamatta MM-jääkiekkoa, joka parhaimmillaan saavutti jopa 700 000 katsojaa.[100] Kolmosen tilanne oli parempi: kanavauudistuksen kynnyksellä Kolmosella oli käsissään jo melkein koko Suomi, muutamia Lapin perukoita lukuun ottamatta. Ja katselu kasvoi kohisten.

KOHDERYHMIÄ JA SUURIA YLEISÖJÄ

Edellisessä jaksossa Kolmoskanavaa kuvattiin Suomen ensimmäiseksi kohderyhmähakuiseksi televisiokanavaksi. Kohderyhmähakuisuus oli perusteltu strategia tilanteessa, jossa kaksi vakiintunutta televisiokanavaa ja kaksi vahvaa yleisradioyhtiötä oli saanut rakentaa yleisösuhdettaan jo vuosikymmenten ajan. Kolmosen ainoa mah-

dollisuus oli iskeä kilpailija-omistajiensa heikkoihin kohtiin ja tarjota katsojille vaihtoehtoja, ”jotain ihan muuta”. Saman strategian valitsi sittemmin myös Nelonen.[101]

MTV-konsernin osana ja tulevan kaupallisen kanavan rakennusalustana Kolmoskanavan suhde suurten yleisöjen tavoitteluun muuttui. Katsojamääristä tuli aiempaa hallitsevampi menestyksen kriteeri, mutta pieniäkään yleisöjä ei ollut syytä sivuuttaa, sillä markkinoinnin vallitsevat tuulet korostivat markkinoiden huolellista segmentointia ja kohderyhmien merkitystä. Mainostaja ei halunnut maksaa hukkakontakteista. Kolmostakin alettiin ohjata toistoon perustuvasta mainontafilosofiasta kohderyhmäpohjaiseen ajatteluun.

MTV laati jo 1988 mainostajilleen oppaan, jossa se listasi elämäntavaltaan ja asenteiltaan erilaisia ihmisiä kiinnostavia ohjelmia. Ryhmittely perustui Marketing Radarin toteuttaman Monitor-tutkimuksen tietoihin. Suomessa 1970-luvulta alkaen toteutettu Monitor kartoitti yhteiskunnan arvo- ja asenneilmastoa ja luokitteli vastaajia monimuuttujamenetelmien avulla erilaisiksi asenneryhmiksi.[102] Sen mukaan ”nautiskelevien materialistien” mieliohjelmiin televisiossa lukeutuivat muun muassa amerikkalaiset elokuvat sekä sellaiset sarjat kuin *Miami Vice*, *Ihmemies* ja *Konnankoukkuja kahdelle*. Amerikkalaiset elokuvat ja *Miami Vice* olivat myös ”empaattisten riskinottajien” suosikkeja, mutta lisäksi nämä katsoivat *Bill Cosby Show'ta* ja kotimaisista viihdeohjelmista *Soitinmenoja* ja *Spede Show'ta*. ”Perheihmiset” tavoitti parhaiten sijoittamalla mainoksensa kotimaisiin elokuviin ja draamasarjoihin, *Levyraatiin*, *Toivotaan, toivotaan* -ohjelmaan, *Kymppitonniin*, *Napakymppiin* tai *Karpoon*. ”Edelläkävijöiden” löytämiseksi parhaita syöttejä olivat *Konnankoukkuja kahdelle*, *Miami Vice*, *Dynastia* ja *Dallas*. ”Rationaalisia materialisteja” ja ”itseään toteuttavia luontoihmisiä” televisio ei sen sijaan juuri kiinnostanut.[103]

Kolmonen näyttää tavoitelleen paljolti samoja kohderyhmiä kuin MTV:kin: nautiskelijoita, riskinottajia, perheihmisiä – ja yhä myös edelläkävijöitä. Aluksi Kolmoskanava oli joutunut haravoimaan pieniä osayleisöjä luodakseen kyllin suuren kriittisen yleisömassan, mutta nyt se haki jo oikeaa tasapainoa suuria katsojajoukkoja palvelevan ja kohderyhmiin perustuvan tarjonnan välillä. Kolmostelevisio käyttikin enenevästi tutkimustietoa katsojien mieltymysten seuraamiseksi. Yhtiö tuli mukaan paitsi Monitor-tutkimukseen myös Finnpanelin tv-mittaritutkimukseen, jonka avulla se pystyi seuraamaan, mitä ohjelmia kukin iän, ammatin, sukupuolen ja asuinpaikan perusteella eroteltu katsojaryhmä katsoi ja mihin aikaan. Lisäksi se oli Suomen Gallup-Median Kansallisessa mediatutkimuksessa, joka täydensi hyvin mittaritutkimuksen antia, ja tilasi edelleen Taloustutkimukselta puhelinhaastatteluina toteutettuja katsojatutkimuksia.[104]

Kun MTV:n tutkimusyksikkö laati markkinoinnin käyttöön ennusteen konsernin syksyn 1992 ohjelmiston katsojakunnasta, varsinaisia suurten yleisöjen ohjelmia se nimesi vain ykkös- ja kakkoskanavalta. Niitä olivat maanantai-iltaisin

MTV1:ssä esitetyt kotimaiset draamat sekä MTV2:ssa nähdyt tiistain *Ruusun aika* -sarja, torstain *Kymppitonni* sekä lauantain *Napakymppi* ja *Manitbois*. Esimerkiksi *Kymmenen uutiset* puhuttelivat sen sijaan suuren yleisön sijasta enemmän päättäjiä ja myöhäisiltojen ulkomaiset sarjat 25–44-vuotiaita kaupunkilaisia toimihenkilöitä. Kolmosen ohjelmista useimpien ennakoitiin puhuttelevan parhaiten nimenomaan nuoria kaupunkilaisia. *Hyvien herrojen* katsojakunnassa painottuivat nuorehkot toimihenkilöt, Speden ohjelmien yleisössä taas keski-ikäinen, pienillä paikkakunnilla asuva yleisö. Yli 45-vuotiaiden naisten suosikkeja olivat tutkijoiden mukaan *Kauniit ja rohkeat*, *Megavisa* ja *Teijan keittiössä*.[105]

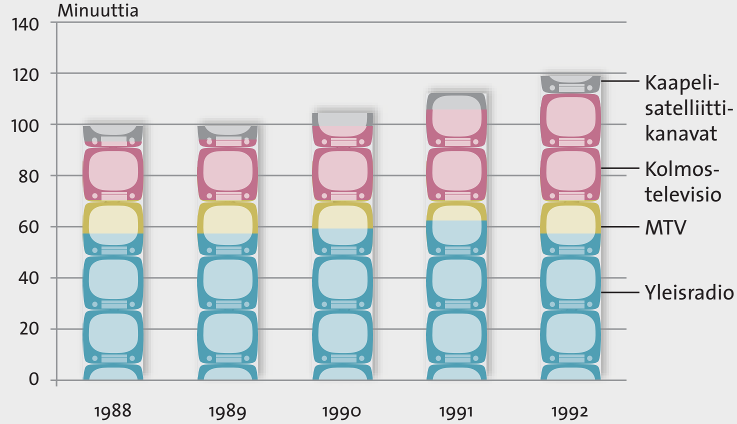
Suurten yleisöjen metsästyksessä Kolmoskanava menestyi vuosi vuodelta kuitenkin paremmin. Vuonna 1990 Kolmosen katsotuimmat – *Kolmosvisa*, *Speden sallitut leikit* ja *Hyvät herrat* – saivat tyytyä runsaaseen 400 000 katsojaan, kunnes syyskuinen Miss Skandinavia -kilpailu nosti kanavan katsojalukuennätyksen 729 000:een. Seuraavana vuonna jo useat ohjelmat saavuttivat 700 000–800 000 katsojan tason, jopa *Seitsemän uutiset*. Vuonna 1992 Turhapuro-elokuvan lisäksi missikisat, *Hyvät herrat*, *Karpolla on asiaa*, *Megavisa* ja jouluviikolla myös *Kauniit ja rohkeat* ylittivät jo miljoonan rajapyykin. Vaikka yksikään Kolmosen ohjelma ei vielä vuonna 1992 yltänyt vuoden 20 katsotuimman listalle, kanava oli enää aavistuksen isoveljiensä jäljessä.[106] (Taulukko 29.)

Kolmosen katsotuimmat ohjelmat esimerkkiviikolla (49/1992) ilmentävät totuttuja lainalaisuuksia: parhaiten menestyivät kotimaiset ohjelmat.[107] Kun kanavan tarjonnasta edelleen puuttuivat suuret kansalliset rituaalit, kuten suuret urheilutapahtumat, päällimmäiseksi nousivat viihdeohjelmat, samaan tapaan kuin TV2:ssa. Poikkeuksellista Kolmoskanavan menestyneimpien listalla on kahden ulkomaisen sarjan, *Kauniiden ja rohkeiden* ja *Pulmusten*, hyvät sijoitukset. Tämä viittaa edelleen siihen, että Kolmosen katsojaprofiili ja kysyntä poikkesivat pääkanavista: sieltä haettiin yhä vaihtoehtoja.

Edistysaskeleet näkyivät myös katsojaosuuden kehityksessä. Vuonna 1990 suomalaiset viettivät Kolmoskanavan parissa keskimäärin 13 minuuttia päivässä, seuraavana vuonna 18 minuuttia ja vuonna 1992 jo 29 minuuttia. Jo melkein neljäsosa televisionkatselusta kohdistui Kolmoskanavaan, joka näin ajoi Yleisradion TV2:n, samoin kuin MTV1:n ja MTV2:n yhteenlasketun katselun ohi. Kolmoskanava söi vuosi vuodelta selvemmin nimenomaan MTV:n sekä lopulta myös Yleisradion osuutta. Vuonna 1988 vajaat 58 prosenttia katselusta kohdistui Yleisradion ja 29 prosenttia MTV:n tarjontaan. Neljä vuotta myöhemmin Yleisradion osuus oli pudonnut 50:een ja MTV:n 20 prosenttiin.

Kolmoskanavan osuuden kasvua selittää paitsi sen näkyvyysalueen laajeneminen myös ohjelmiston kehitys. Tähän viittaa se, että syksystä 1990 alkaen myös vanhemmat ikäryhmät alkoivat katsoa Kolmosen lähetyksiä aiempaa enemmän.

Kuvio 12 Televisioyhtiöiden valtakunnallisten katseluosuuksien kehitys 1988–1992



Lähde: Finnpanel Oy:n tv-mittaritutkimus, ks. *Joukkoviestintätilasto* 1995, 76.

Yleisövirtoja tutkineen Seija Nurmen mukaan *Seitsemän uutisten*, *Kauniiden ja rohkeiden* ja niiden väliin tai perään sijoitettujen kotimaisten viihdeohjelmien vakiintuminen kanavalla ”saavutti suurta suosiota etenkin iäkkäämpien keskuudessa”.[108] Nimenomaan *Kauniit ja rohkeat* ja *Megavisa* olivat television ikääntyneiden suurkuluttajien suursuosiossa.[109]

Mittaritutkimuksen tulokset osoittavat myös, että Kolmostelevisio onnistui lisäämään suomalaisten televisionkatselua 20–30 minuutilla päivässä. Vielä kanavan alkukaudella vaikutus ei näkynyt, mutta vuodesta 1990 alkaen, jolloin keskimääräinen päivittäinen katseluaika oli 104 minuuttia, kasvu oli nopeaa. Vuonna 1993 suomalaiset katselivat televisiota joka päivä keskimäärin 130 minuuttia, vuotta myöhemmin jo 138 minuuttia. Lisääntynyt katselu kohdistui lähes yksinomaan kolmoskanavalle. Sen sijaan kaapeli- ja satelliittikanavien katselu polki paikoillaan. Tämä tarkoitti, että uustelevision merkitys oli onnistuttu pitämään vähäisenä ja yleisradiotelevisio yhä hallitsi suomalaista tv-iltaa.[110] Tältäkin osin Kolmostelevisio näytti täyttäneen tehtävänsä.

Taulukko 29 Tv-kanavien katsotuimmat ohjelmat 31.11.–6.12.1992

Kanava	Sijoitus	Ohjelma	Alkamisaika	Katsojia
TV1	1.	*Tv-uutiset*	su 20.30	2 070 000
	2.	*Itsenäisyyspäivän vastaanotto*	su 19.00	1 960 000
	3.	*Lotto ja vakioveikkaus*	la 20.45	1 500 000
	4.	*A-studio*	ma 20.55	1 400 000
	5.	*A-studion raportti*	pe 20.55	990 000
	6.	*UPE Vaaralliset yhdessä (MTV)*	ma 21.15	885 000
	7.	*Itsenäisyyspäivän varuskuntakonsertti (MTV)*	su 18.00	870 000
	8.	*Urheiluruutu*	la 20.55	835 000
	9.	*Villi Pohjola (MTV)*	ma 19.30	795 000
	10.	*Las Vegas -arvonta*	ke 21.20	795 000
TV2	1.	*Napakymppi (MTV)*	la 21.00	1 440 000
	2.	*Manitbois (MTV)*	la 21.30	1 390 000
	3.	*Kymmenen uutiset (MTV)*	la 22.00	1 285 000
	4.	*Why Do You Fly to Finland? (MTV)*	su 22.15	995 000
	5.	*Kymppitonni (MTV)*	to 21.30	835 000
	6.	*Reinikainen*	la 18.55	835 000
	7.	*Suomi-viihde 75 vuotta (MTV)*	su 22.25	810 000
	8.	*Koira haudattuna (MTV)*	ti 19.25	805 000
	9.	*Talvisää (MTV)*	to 22.20	700 000
	10.	*Ruusun aika (MTV)*	ti 20.20	665 000
TV3	1.	*Hyvät herrat*	ti 20.55	1 038 000
	2.	*Kauniit ja rohkeat*	ma 17.35	914 000
	3.	*Seitsemän uutiset*	ti 19.00	828 000
	4.	*Ruutuässä*	ti 18.25	794 000
	5.	*Megavisa*	pe 18.25	717 000
	6.	*Karpon joulupaketti*	la 20.10	714 000
	7.	*Hermunen*	ti 19.30	703 000
	8.	*Pulmuset*	su 21.30	678 000
	9.	*Speden spelit*	to 20.00	643 000
	10.	*Uutisotsikot*	ma 17.30	610 000

Lähde: Finnpanel Oy:n mittaritutkimus, ks. Katsotuimmat tv-ohjelmat 31.11.–6.12., *Helsingin Sanomat* 8.12.1992.

KOLMONEN KÄY KAUPAKSI

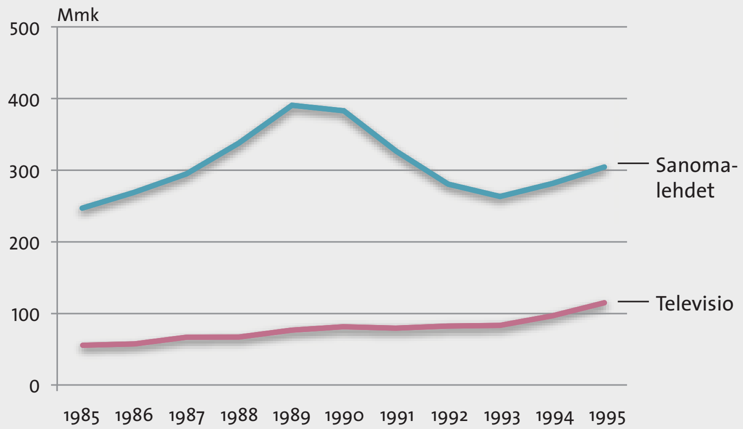
MTV:n tultua Kolmostelevision omistajaksi koko konserni alkoi muuttua aiempaa markkinointihenkisemmäksi. Markkinointijohtaja Juha-Pekka Louhelaisen mukaan "ohjelmista ruvettiin puhumaan tuotteina" ja markkinoiden segmentointiin sekä sen myötä ohjelmien kohdeyleisöihin alettiin kiinnittää aiempaa suurempaa huomiota. Kyse oli siitä, että kun Kolmosesta ryhdyttiin rakentamaan valtakunnallista mainoskanavaa, alkoi ilmetä paineita sekä kasvattaa kohdeyleisöjä että maksimoida katsojamäärä.[111] Markkinointitietoisuuden kasvuun vaikuttivat epäilemättä ajankohdan laskevat talouskäyrät lehtien ilmoitustulojen romahtaessa ja television joutuessa kamppailemaan tosissaan mainostajista.

Laman vaikutus mainosmarkkinoiden jakautumiseen oli dramaattinen. Sanomalehtien ilmoitusmyynti romahti, kun taas television mainosajan myynti jatkoi kasvuaan tasaantuakseen vain hetkellisesti laman syvimpänä hetkenä 1991. Vuodesta 1985 vuoteen 1995 television mainosmyynti kaksinkertaistui. Sanomalehtien taantumasta huolimatta sanomalehdistön osuus mediamainonnasta säilyi eurooppalaista keskiarvoa suurempana, kun taas television osuus jäi sitä selvästi pienemmäksi.[112] (Kuvio 13.) Pitkällä aikavälillä mediatalouden kehitys Suomessa on ollut nopeampaa kuin kansantalouden kehitys, mutta niiden kasvukäyrät ovat hyvin samansuuntaiset. Toisaalta mediamainonnan tiedetään ylireagoivan kansantalouden muutoksiin, mikä näkyi myös 1990-luvun laman aikana.[113]

Kolmostelevision toiminta-ajatus perustui ennen muuta alueellisen mainonnan kustannustehokkuuteen. Kolmosen toiminnan menot yhtä katsojaa kohden laskettuna alenivat aina näkyvyysalueen laajentuessa ja katsojamäärän kasvaessa. Samalla sen keräämät mainostulot kasvoivat, kun yhä uusia alueellisesta ilmoittelusta kiinnostuneita vähittäisliikkeitä ilmaantui sen asiakkaiksi. Kolmostelevisio oli jakanut mainosmarkkinansa 11 alueeseen, joiden asukasmäärässä, asukkaiden ostovoimassa ja BKT-osuudessa oli merkittäviä eroja. Kun esimerkiksi Helsingin alueella oli vuonna 1990 runsaat 1,2 miljoonaa asukasta, Lapin alueella asukkaita oli 200 000. Bruttokansantuote asukasta kohden laskettuna oli Helsingissä 50 prosenttia suurempi kuin Lapissa. Vielä vuonna 1990 puolet Kolmostelevision alueellisista mainostuloista kertyikin Helsingin alueelta.[114]

Kolmosella oli enenevästi myös valtakunnallista mainontaa, jota myytiin esimerkiksi *Huomenta Suomen* ja uutisten yhteyteen. Vaikka valtakunnallista mainontaa yritettiin ohjata MTV:lle, sen tietoinen tuominen myös Kolmoselle oli luonnollista, sillä kanavaa tuli valmistaa vuoteen 1993. Suomen Gallup-Median tietojen mukaan vuonna 1990 yhteensä vain puolet Kolmoskanavan esittämistä mainoksista oli alueellisia. Helsingin alueella nähdyistä mainoksista 63 prosenttia oli paikallisia.[115] Vuoden 1990 hinnaston mukaan Helsingin alueen mainosajan hinta

Kuvio 13 Sanomalehdistön ja television mainonnan myynti 1985–1995



Lähde: *Joukkoviestintätilasto* 1995, 29; *Joukkoviestimet* 1998, 95.

oli 32 prosenttia valtakunnallisen mainosajan hinnasta, Tampereella 18 prosenttia ja Turussa 15 prosenttia mutta esimerkiksi Oulussa enää seitsemän prosenttia. Kaikkien suurien kaupunkien tavoittaminen alueellisen mainonnan kautta oli uuden hinnoittelupolitiikan myötä muuttunut kalliimmaksi kuin valtakunnallisen mainosajan ostaminen.[116]

Kolmostelevision talouden rungon muodostivat vuosisopimusasiakkaat, joista suurimpia vuonna 1990 olivat SOK, Kesko, Orion-yhtymä, Valio ja Tuko. Yhteensä ne toivat yhtiön kassaan 103 miljoonaa euroa, kaksi kolmannesta sen mainostuloista. Vaikka alueista Jyväskylällä ja Kuopiolla oli vaikeuksia täyttää alkavassa laskusuhdanteessa myyntitavoitteensa, budjetissa lopulta pysyttiin Kolmostelevision ja MTV:n yhteisten vuosisopimusetujen sekä vain neljän prosentin hinnankorotuksen ansiosta.[117] Vuosi 1991 oli todellinen testivuosi, jolloin aikakauslehdet menettivät mainostuloistaan runsaan kuudenneksen ja sanomalehdetkin yli seitsemän prosenttia. Kolmostelevision myymä mainosaika sen sijaan lisääntyi 543 tunnista 777 tuntiin ja seuraavana vuonna alueellisten spottien nopean lisääntymisen myötä peräti 2 258 tuntiin. Televisioon mainontaansa keskittivät erityisesti valtakunnalliset kauppaketjut ja merkkitavaramainostajat. Tv-mainonta kohdistui muutenkin kulutustavaroihin, mitä lama ei koetellut yhtä ankarasti kuin lehtien leipäpuuta, luokiteltua ilmoittelua. Jo vuoden 1992 aikana kaikkien ohjelmien yhteyteen myytiin sekä alueellista että valtakunnallista mainontaa.[118]

Yhden aluevaltauksenkin Kolmostelevisio ehti tehdä ennen kanavauudistusta. Syyskuussa 1992 se käynnisti *Ostoskanavan*, joka tuli ruutuun arkipäivisin kello 17.15–17.30, ennen varsinaisen ohjelman alkamista. Lauantaisin sen pitkiä mainoksia sai katsoa kello 9.00–9.30, *Teijan keittiön* ja lastenohjelmien välissä. Ruudussa näkyi koko ajan myyjän puhelinnumero, josta tuotteen saattoi tilata heti. Uuden mainosmuodon teki mahdolliseksi Euroopan televisiodirektiivistä hoksattu pykälä, joka yhtäältä rajasi mainosajan 15 prosenttiin lähetysajasta mutta salli sen lisäksi postimyynnin ja tv-shoppailun, kunhan sen ja varsinaisen mainonnan yhteenlaskettu aika ei ylitä 20 prosenttia lähetysajasta. Käytännössä uusi markkinapaikka toi kanavalle vajaat kaksi tuntia lisää viikoittaista mainosaikaa, joka kuitenkin jouduttiin hinnoittelemaan tuntuvasti halvemmaksi kuin ohjelmien välissä olevat spotit.[119] *Ostoskanava* jäi ruutuun pysyvästi, mutta sen taloudelliset hyödyt korjasi vasta MTV3.

KONSERNIN KASVAVA OSA

Kolmostelevision menestys muita viestimiä koettelevan laman kourissa tarkoitti sitä, että yhtiöstä muodostui hetkeksi MTV-konsernin ainoa kasvava osa. MTV Oy:n liikevaihto polki edelleen paikoillaan ja jopa laski, kunnes lähti viimein nousuun kanavauudistuksen jälkeen. Kolmostelevision liikevaihto kasvoi 1990 18 prosenttia, vuonna 1991 17 prosenttia ja vuonna 1992 peräti 46 prosenttia. MTV:n toimitusjohtaja Eero Pilkama kirjoitti vuoden 1992 vuosikertomuksessa: ”Kansantalous ja sen mukana mainonta laskivat jo toisena peräkkäisenä vuotena. Television vahvuus mainosvälineenä korostui entisestään. Monet mainostajat keskittivät mainontansa televisioon.” Hänen oli syytäkin olla tyytyväinen, sillä konsernin tulos oli vaikeasta vuodesta huolimatta 35 miljoonaa markkaa. Siitä leijonanosan toi Kolmostelevisio.[120] (Taulukko 30.)

Erinomaisesti kehittyvä mainosmyynti teki mahdolliseksi myös Kolmosen ohjelmistoon kohdistuneet panostukset. Vuonna 1990 koti- ja ulkomaisia esitysoikeuksia ostettiin 68 miljoonalla markalla, seuraavana vuonna jo 82 miljoonalla. Vuonna 1992 ostojen kasvua hillittiin, sillä resursseja haluttiin säästää kanavauudistukseen. Heikki Seppälä kutsuikin sitä hallitukselle esittämässään ohjelmabudjetissa ”säästövuodeksi”, jolloin tingittiin alihankinnoista ja urheilusta. Yhteistyöstä vakiintuneiden kotimaisten tuotantoyhtiöiden kanssa ei kuitenkaan haluttu luopua, sillä niiden tuottamista ohjelmista ja katsojaluvuista piti huolehtia ja ”nostaa ne valtakunnallisiksi kärkiohjelmiksi”.[121]

Kolmostelevision hyvä menestys mainosmarkkinoilla näkyi myös sen maksamassa verkkovuokrassa. MTV Oy maksoi lähetysajastaan ykkös- ja kakkosverkossa yhä tuntuvasti enemmän, lähes puolet liikevaihdostaan, mutta myös Kolmo-

Taulukko 30 **Kolmostelevision liikevaihto, kulut ja tulos 1990–1992 (mmk)**

Tuloslaskelma	1990*	1991	1992
Liikevaihto (mainostuotot)	151,2	177,2	258,7
Kulut yhteensä	139,2	168,5	233,6
Verkkovuokra	27,9	36,2	84,8
Esitysoikeudet	67,6	82,2	87,1
Muut muuttuvat kulut	12,5	14,7	25,2
Vuokrat, palkat ja palkkiot	31,1	35,4	36,5
Käyttökate	+ 11,3	+ 8,7	+ 25,0
Tulos	+ 10,7	+ 8,1	+ 27,1

Lähde: Kolmostelevision tilinpäätökset 1990–1992 (PRH).
Selitys: *MTV:n konsernitilinpäätöstään varten erottelema vuoden 1990 osuus tilikausien 1.6.1989–31.5.1990 ja 1.6.–31.12.1990 tuloksista.

sen vuokra kipusi vuoteen 1992 mennessä 33 prosenttiin sen liikevaihdosta. Kun MTV:n vuokra määriteltiin liukuvana prosenttiosuutena sen mainosmyynnin liikevaihdosta, Kolmosen vuokra laskettiin lähetinasemakohtaisina määräsummina. Laskentatavan ero johtui siitä, että Kolmostelevision oli määrä maksaa myös asemien investointikustannukset.[122] Kolmosen alhainen vuokra luonnollisesti helpotti sen vahvistumista yhtiönä, mikä lienee ollut tarkoituksenmukaistakin. MTV taas sai kärsiä vakiintuneesta asemastaan.

Kolmostelevision maksukyvyn paranemisesta huolimatta Yleisradion saamat korvaukset jauhoivat paikoillaan. MTV:n maksama summa pieneni vuosi vuodelta ja oli vuonna 1992 enää 206 miljoonaa markkaa, yli sata miljoonaa vähemmän kuin kuusi vuotta aiemmin. Kun MTV pahimmillaan oli tilittänyt 61 prosenttia liikevaihdostaan Yleisradiolle, vuoteen 1992 mennessä taksvärkki oli kutistunut 42 prosenttiin. Ahdinkoaan lievittääkseen Yleisradio sopi joulukuussa 1991 MTV:n kanssa, että tämä alkaa myydä mainoksia *Urheiluruudun* ja sen muidenkin urheilulähetysten yhteyteen. Olympialaisten yhteydessä mainoksia oli nähty ennenkin, mutta nyt mainoksista tuli jokaviikkoisia, mikä herätti protesteja. *Helsingin Sanomat* oli huolissaan: ”Päätös hämärtää tietoisesti kaupallisen ja luparahoitteisen ohjelmiston välistä rajaa. – – Liu’utetaanko ne [mainokset] seuraavaksi uutisten alkuun?”[123]

TAISTELU MTV:N OMISTUKSESTA

MTV:n noustua Kolmostelevision pääomistajaksi Yleisradio ja Nokia jäivät vähemmistöosakkaiksi 20:n ja 15 prosentin osuuksillaan. Nokia nimesi päälakimiehensä Taavi Heinilän edustajakseen yhtiön nelimiehiseksi supistetussa hallituksessa, kun taas Yleisradion edustajana jatkoi Arne Wessberg yksin.[124] Nokian intressit Kolmostelevisioon olivat kuitenkin asiallisesti ehtyneet, ja sen harharetki kulutuselektroniikan puolella oli muutenkin päättymässä.[125] Jo kevättalvella 1991 yhtiö ilmoitti epävirallisia reittejä pitkin olevansa valmis luopumaan osakkeistaan. Kun Yleisradio ei halunnut lunastaa Nokian osakkeita, MTV päätti lunastaa ne ja maksaa omilla osakkeillaan. Heinäkuussa toteutetun suunnatun osakeannin seurauksena MTV:n omistusosuus Kolmosesta kasvoi 80 prosenttiin ja hallituspaikkojen määrä kolmeen. Nokia puolestaan kasvatti osuutensa MTV:stä noin neljään prosenttiin ja vahvisti asemaansa yhtiön hallituksessa, jossa sitä nyt edusti toimitusjohtaja Kalle Isokallio.[126]

Kolmostelevision jokseenkin epädramaattisia omistusjärjestelyitä merkittävämpi oli kuitenkin samaan aikaan käyty taistelu MTV:n omistuksesta. Siinä käytännössä ratkaistiin, kenen määräysvallassa kaupallisen kolmosverkon lanseeraamista valmisteltiin ja säilyisikö MTV itsenäisenä vai saisiko lehdistö siitä ratkaisevan otteen.

Lehdistö oli aikoinaan havitellut kolmannen televisioverkon toimilupaa, mutta hävinnyt kilpailun Kolmostelevisiolle. Vaikka Kolmosen lohkaisema osuus alueellisesta mainonnasta oli vain murto-osa ykköslehtien ilmoitustuloista, lehdistö katsoi television kilpailuhaastetta ja vaikutusta mainonnan hintaan karsaasti. Suuret lehtiyhtiöt olivat juuri perustaneet PTV:n, mutta ne tiesivät, että sen kautta suuriin mainosrahoihin ei päästäisi kiinni. Vuonna 1990 koko kaapelitelevisiotoiminnan keräämät mainostuotot jäivät 17 miljoonaan markkaan, runsaaseen kymmenesosaan Kolmostelevision tuotoista.[127]

Oikeuttaakseen kanavajakosopimuksen sinetöimän monopolinsa ja rauhoittaakseen lehdistökenttää MTV suuntasi alkuvuodesta 1990 lehtiyhtiöille osakeannin, jonka seurauksena niiden omistusosuus MTV:stä nousi noin 17 prosenttiin. Keskustalaiset ja sosiaalidemokraattiset lehtiryhmät omistivat nyt kumpikin noin viisi prosenttia yhtiöstä, sitoutumattomat kaksi. Aamulehti-yhtymä kuului jo vanhastaan MTV:n omistajiin viiden prosentin osuudellaan. Manööverin seurauksena sosiaalidemokraattista lehdistöä edustaneen Suomen Viestintärahoitus Oy:n toimitusjohtaja Tuomas Harpf sai paikan MTV:n hallituksesta. Todellisuudessa Harpf edusti laajempaa taustayhteisöä, sillä Suomen Viestintärahoitus omisti yhdessä 36 muun sanomalehtiyhtiön kanssa Suomen Uusvisio Oy:n, joka oli yhtä kuin kolmosverkosta neljä vuotta aiemmin kamppaillut Kanava Kolme. Lehdistö sai edustajansa myös MTV:n hallintoneuvostoon.[128]

Jo seuraavana keväänä Uusvisio alkoi hiljalleen kasvattaa lehdistön omistusosuutta MTV:ssä. Se esimerkiksi osti Pohjola-konsernilta 500 osaketta vajaalla 1,5 miljoonalla markalla. Kun markkinoille ilmaantui Jorma Ihatsun mainostoimistojen hallussa ollut kymmenen prosentin viipale MTV:tä, lehdistön liikkeistä huolissaan ollut Yleisradio päätti ostaa tarjolla olleet 4 479 osaketta eläkesäätiönsä nimissä. Hinta oli kallis: 20 miljoonaa markkaa.[129] Yleisradiota arvosteltiin lehdissä voimakkaasti: sen katsottiin maksaneen osakkeista ylihintaa ja puuttuneen sopimattomalla tavalla MTV:n asioihin noustessaan kaupan myötä MTV:n suurimmaksi yksittäiseksi omistajaksi. Puhe ylihinnasta saattoi olla totta. Uusvision keväällä maksama hinta oli noin 2 800 markkaa osakkeelta, kun taas Yleisradio maksoi Ihatsulle 4 185 markkaa kappaleelta. Se oli hinta, josta myyjä ei voinut kieltäytyä, ja summa, jollaista lehdistö ei halunnut maksaa. Julkisesti resurssijohtaja Jouni Mykkänen perusteli hankintaa sillä, että omistuksen kautta Yleisradio saisi paremmin tietoa rahoitusyhtiönsä taloudesta ja muistutti myös, että eläkesäätiölle MTV:n osakkeet olivat ”hyvä ja turvallinen sijoitus”.[130]

Todellisuudessa sijoitusmotiivi oli toissijainen. Raimo Salokankaan mukaan yhtiön tarkoitus oli estää Uusvision pääsy käsiksi osakepottiin, jolloin hinnasta ei auttanut tinkiä.[131] ”Me haluamme varmistaa, että MTV vahvistuu eikä heikenny”, tuore sosiaalidemokraattinen pääjohtaja Reino Paasilinna perusteli.[132]

Mutta oli Yleisradiolla lehdistön lisäksi toinenkin huoli: raha. Sen kaupallisilta tv-yhtiöiltä saamat korvaukset olivat vähentyneet niin, että kaksi yhtiötä maksoi lähetysajasta nyt vähemmän kuin aikoinaan yksi. Sen tähden Yleisradion johdossa pohdittiin kuumeisesti mahdollisuuksia lisärahoitukseen. Yleisradio pelkäsi, ettei lupamaksun korotus riittäisi kattamaan menetyksiä, ja siksi se alkoi jälleen kerran pohtia radiomainonnan aloittamista. *Demarin* haastattelussa pääjohtaja Paasilinna väläytti, ettei myöskään televisiomainontaa Yleisradion ohjelmissa ollut syytä pudottaa keinovalikoimasta. Lisäksi Paasilinna ilmoitti, että Yleisradiolle kuuluisi omistusosuutensa perusteella myös hallituspaikka MTV:ssä.[133]

Se oli huonosti ajoitettu ja muotoiltu lausunto, koska se ruokki huhuja, joiden mukaan nurkkausoperaatio olisi ollut vihamielinen MTV:tä kohtaan. Yksi paheksujista oli liikenneministeri Ole Norrback, joka pyysi kaupasta selvityksen Yleisradiolta. Hänestä ostosta olisi pitänyt kertoa etukäteen yhtiön hallintoneuvostolle. Myöskään hallintoneuvoston kokoomuslaisia ratkaisu ei miellyttänyt. Jari Erholm arveli Yleisradion johdon käyttäneen eläkesäätiötään bulvaanina, koska silloin sen ei tarvinnut pyytää hallintoneuvoston suostumusta kauppaan. Hänestä Yleisradion omistus MTV:ssä ei edistänyt tervettä ohjelmakilpailua. Hallintoneuvoston tuore puheenjohtaja keskustalainen Seppo Niemelä sen sijaan kertoi saaneensa tiedon kaupasta eikä nähnyt siinä ongelmaa: ”Kritiikki olisi luonnollista, jos Yle olisi ostanut merkittävän osan MTV:stä. Nyt on kyse yhteistyökumppanista, eikä MTV:n itsenäisyys ole uhattuna.”[134]

Hallintoneuvosto hyväksyi kaupat elokuun kokouksessaan. Liikenneministeriölle laatimassaan selvityksessä Yleisradio totesi eläkesäätiönsä juridisesti itsenäiseksi toimijaksi. Lisäksi se muistutti kaupan "viestintäpoliittisesta taustasta": ensinnäkin kaupalla pyrittiin "vakiinnuttamaan MTV:n nykyistä omistuspohjaa"; toiseksi kauppa "tapahtui yhteisymmärryksessä MTV:n johdon kanssa" ja turvasi televisiouudistuksen toteutusta. Vaikka Mykkänen vakuutti, ettei Yleisradio enää hankkisi lisää MTV:n osakkeita, liikenneministeriön ja Yleisradion suhteita tapahtumat hiersivät vielä kuukausia.[135]

Taistelu MTV:stä kuitenkin jatkui, sillä vasta nyt Uusvisio alkoi hamuta tv-yhtiön osakkeita tosissaan. Marraskuussa lehdistön omistusosuuden noustua jo 38,8 prosenttiin omistajakuntaan kuuluivat Suomen Uusvision, Maakuntien Viestinnän, Suomen Viestintärahoituksen ja Aamulehti-yhtymän lisäksi muun muassa *Savon Sanomat*, *Keskisuomalainen* ja *Ilkka*. Ostojen rahoittajaksi paljastui Sanoma Osakeyhtiö, joka oli lainannut uusille omistajayrityksille yhteensä 22 miljoonaa markkaa. Valtausaikeet Uusvisio kielsi. Toimitusjohtaja Antero Anttilan mukaan tavoitteena oli saavuttaa ainoastaan 35 prosentin omistusosuus. Määräävän asemaan se olisi tarvinnut 40 prosentin osuuden, määrävähemmistöön taas riitti kolmanneksen omistusosuus. Operaation motiiviksi Anttila ja Harpf selittivät pyrkimyksen lisätä yhteistyötä MTV:n kanssa ja pitää Yleisradio poissa mainosmarkkinoilta.[136]

Suomen Uusvision selitys ostoseikkailulle oli kummallinen. MTV:tä omistamalla lehtiyhtiöt eivät voineet mitenkään vaikuttaa Yleisradion ratkaisuihin, joista päätti hallintoneuvosto. Sen sijaan omistustaistelu havahdutti liikenneministeri Norrbackin, joka vuorostaan huolestui mediakentän keskittymisestä suurten lehtitalojen käsiin.[137] Myöskään MTV ei kokenut lehdistön lähentelyä yhteistyötarjouksena. Toisin kuin Yleisradion kesäisiä osakeostoja se piti Sanomien rahoittamaa nurkkausta vihamielisenä, mikä pakotti sen vastatoimiin. Hallituksen uuden puheenjohtajan Kalle Isokallion johdolla valmisteltu isku oli taktisesti ovela: MTV kutsui joulukuuksi koolle ylimääräisen yhtiökokouksen, joka päätti korottaa yhtiön osakepääomaa vajaalla viidenneksellä ja suunnata annin perinteiselle omistajakunnalleen eli mainostajilleen. Anti merkittiin kokonaan, jolloin MTV sai uutta pääomaa noin 28 miljoonaa markkaa.[138]

Lehdistön yritys lisätä määräysvaltaansa MTV:ssä oli torjuttu. Jos lehdistö olisi ehtinyt rekisteröidä kaikki omistuksensa ennen yhtiökokousta, se olisi voinut äänivallallaan estää osakeannin. Vuoden 1992 päättyessä teollisuus omisti MTV:n rekisteröidyistä osakkeista 33 prosenttia, lehdistö 30, kauppa ja liikenne 15, pankit ja vakuutuslaitokset 10 sekä muut omistajat – mainostoimistot, yleisradioyhtiöt ja filmiyhtiöt – yhteensä 12 prosenttia.[139]

Lopulta lehdistön valtausyritystä voitaneen selittää kahdella syyllä. Ensiksi mainonnan markkinat olivat muuttumassa dramaattisesti, kun televisio näytti

kestävän suhdannevaihteluja lehdistöä paremmin, mikä teki siitä houkuttelevan sijoituskohteen lehtitaloille. Mahdollista on myös, että lehtiyhtiöt halusivat päästä vaikuttamaan tv-mainonnan hintaan omaksi edukseen. Toinen syy lienee ollut se, että markkinat odottivat MTV:n nousua kolmoskanavan herraksi, minkä jälkeen yhtiöllä olisi entistä vankempi ote sekä valtakunnallisista että alueellisista mainosmarkoista. Joko lehdistö halusi puuttua siihen tai päästä hyötymään siitä. MTV:n tulevaisuudessa nähtiin potentiaalia – olisihan se avannut tehokkaan sähköisen viestinnän ja painetun sanan yhdistelmän, lyömättömän mainosmedian.[140] Valtausyrityksen keskeyttämisen syyksi puolestaan on uumoiltu sitä, että Sanomien pääomistajan Aatos Erkon rohkeus oli pettänyt: kaappauksen nostattama viestintäpoliittinen kohu olisi paisunut liian suureksi.[141]

VALMIINA H-HETKEEN

Jo varhain syksyllä 1992 MTV ja Kolmostelevisio olivat jokseenkin varmalla pohjalla ja saattoivat odotella rauhallisin mielin vuodenvaihteen ”suurta kanavauudistusta”. Uskoa mahdollisuuksiinsa yhtiöltä ei puuttunut. Varatoimitusjohtaja Jaakko Paavela kommentoi *Aamulehdelle*: ”Tilanne on jännittävä. Ensimmäisen kerran yhtiön 35-vuotisen historian aikana meillä on todellinen mahdollisuus näyttää, mihin pystymme. Kaikki on meistä itsestämme kiinni.”[142]

Vaikka yhtiön omistuksesta käyty taistelu oli osaltaan häirinnyt valmistautumista H-hetkeen, MTV:ssä oli tehty kotiläksyt huolellisesti. Ohjelmakaavio oli viritetty viimeisiä siirtoja lukuunottamatta valmiiksi. Lisäksi yhtiö oli kaivanut koipussista muutamia vanhempia suosikkeja, kuten *Kivikasvot* ja *Sunnuntairaportin*, jotka se aikoi palauttaa kevätkaudella ruutuun. Vakioitu ohjelmakaavio helpotti katsojan valintoja. Varsinaisen onnenpotkun yhtiölle oli tarjonnut Yleisradio, joka jo kesällä oli ilmoittanut siirtävänsä tärkeimmän lippulaivansa, pääuutislähetyksen, alkamisaikaa kello 20:een ja muuttavansa sen myös ajankohtais- ja urheilu-uutisannin sisältäväksi *Uutistunniksi*. ”Se oli paras syntymäpäivälahja MTV3:lle”, Tauno Äijälä sanoo yhä.[143]

Kun MTV oli voinut rakentaa Kolmoselle tulevaa kaupallista kanavaa kaikessa rauhassa kolmen vuoden ajan, joutui Yleisradio yhdessä yössä luopumaan MTV:n tuottamasta viihteestä TV1:ssä ja TV2:ssa. Sen oli muutettava ohjelmakaavioitaan ja tuotantotapojaan paljon rajummin kuin MTV:n. Sillä ei ollut samanlaista mahdollisuutta antaa katsojien totutella määrättyinä kellonaikoina alkaviin ohjelmiin. Yleisradio myös menetti MTV:n ohjelmien tarjoaman vetoavun.[144] Vuoden 1992 kuluessa MTV otti kanavauudistusta siivittäväksi mainoslauseekseen ”Kaikki yhdellä kanavalla”. Se kertoi, että tuleva MTV3 tarjoaisi kolmannessa televisioverkos-

sa niin uutisia ja ajankohtaisohjelmia kuin kotimaista viihdettä, elokuvia, sarjafilmejä ja urheilua. MTV puhuikin mielellään pyrkivänsä täyden palvelun kanavaksi – missä sitä helpotti se, että se oli vapaa yleisradiolaisista palveluvelvoitteista.

Mainosmyynnissä oli vähitellen löydetty tasapaino alueellisen ja valtakunnallisen mainonnan välille. Ja mikä tärkeintä: molempien myynti veti, lamasta huolimatta. Kolmostelevision ja MTV:n keskinäiset ristiriidat oli lakaistu maton alle. MTV3:n käynnistymistä odoteltiin yhteisen innostuksen vallassa. Myös uudistusta odottava yleisö kanavalla oli valmiina. Marraskuun lopussa kolmas verkko tavoitti jo 96,6 prosenttia väestöstä, kun Ähtärin, Pihtiputaan, Tervolan, Haapaveden, Kiihtelysvaaran, Pyhätunturin ja Posion asemat otettiin käyttöön, ja *Kauniit ja rohkeat* tuli ruutuun myös niiden alueilla.[145] Yli miljoona katsojaa saavuttaneita ohjelmia kolmosverkossa oli jo viikoittain, ja MTV-konsernin yhteenlaskettu katseluosuus saavutti jo syksyn mittaan 50 prosentin haamurajan.[146] MTV oli ajanut Yleisradion ohi.

Nyt kysymys kuului: miten kanavauudistus muuttaisi suomalaisten katsomistottumuksia? Kuka voittaisi? Kuka häviäisi? *Helsingin Sanomien* Kanavalla-palstalla maan johtava televisiokriitikko odotti H-hetkeä skeptisesti: vuoden vaihteesta alkaen Suomen televisiossa vallitsisi joulu ainainen, sillä kaikki tv-johtajat olivat luvanneet kaikkea hyvää entistä enemmän. Jukka Kajava ei luottanut lupaukseen. Hän pelkäsi, että nimenomaan TV1 ja MTV3 alkaisivat kilpailla katsojista, minkä seurauksena kaupallinen ohjelmisto kopioituisi myös Yleisradion tarjontaan. ”Kilpailu ei takaa monipuolisuutta”, Kajava tiesi.[147] Hän ei vieläkään uskonut Suomen tarvitsevan kolmea televisiokanavaa.

SUURI KANAVAUUDISTUS

Kolmostelevision perustamista oli juhlittu marraskuisena maanantaina 1985 avaamalla samppanjapulloja. Oli johdonmukaista, että kuohuviiniä juotiin myös nyt, seitsemän vuotta myöhemmin, kun Kolmoskanava pantiin kiinni ja sen paikan otti MTV3. Vuoden 1992 viimeinen päivä osui torstaiksi. Uusi vuosi otettiin maassa vastaan perinteisin menoin. Sää oli harmaa ja tuulinen ja lämpötila sinnikkäästi plussan puolella. MTV juhlisti konsernin ohjelmien siirtymistä omalle kanavalle lähettämällä kolmoskanavalla peräti viisituntiset *Kanavanvaihtokarnevaalit*. Sen alkuosa nähtiin myös TV2:ssa, mutta kello kahteen aamuyöllä venynyt päätös pitikin tietysti nähdä vain Kolmosella.

Esiintyjälista oli pitkä. Illan isäntinä ja emäntinä häärivät kokeneet juontajat Anna-Kaisa Hermunen, Kari Lumikero, Kari Salmelainen ja Klaus Thomasson. Musiikista ja muusta viihdytyksestä vastasivat Katri Helena, Arja Koriseva, Tapani Kansa, Matti ja Teppo, Kivikasvot, Uusi Iloinen Teatteri, Seitsemän Seinähullua Veljestä, A. Aallon rytmiorkesteri ja monet muut. Lähes tuhannen kutsuvieraan joukko vilisi julkkiksia Mika Häkkisestä Renny Harliniin. Ilkka Kanerva toi karnevaaleihin uuden seuralaisensa Laila Snellmanin.[148]

Samaan aikaan, kun Eurooppa sai uuden valtion Tšekkoslovakian jakautuessa Tšekiksi ja Slovakiaksi, meillä Suomessa MTV:n hallintoneuvoston puheenjohtaja Timo Karake painoi MTV3:n kanavatunnuksen ensimmäistä kertaa suomalaisten nähtäville. Lontoosta, McCallum Kennedy d'Auria Ltd:stä, tilatussa puoliminuuttisessa animaatiossa merestä nousee ylväs pöllölintu, joka osoittautuu huuhkajaksi, lehahtaa siivilleen tarkastelemaan maailmaa ja laskeutuu orrelle muuntuakseen lopulta piirroshahmoiseksi kanavatunnukseksi. Kahden yhtiön fuusiosta viestii se,

MTV3:n kanavatunnuksen suunnitteli lontoolainen mainostoimisto. Yhtiön mukaan siivilleen nouseva pöllö "symboloi omin voimin omalle kanavalleen siirtyvää MTV:n ja Kolmostelevision televisiotoimintaa". Kuva: MTV3

että MTV:tä ilmentävä pöllö asettuu tunnuksessa Kolmoskanavaa symboloivan kolmion keskelle. Taustalla soi metallinhohtoinen, vaskisoittimin piirretty melodia, jonka tunnusta analysoinut säveltäjä Tapani Länsiö tunnisti *Maamme*-laulun sukulaiseksi.[149]

Television suuri kanavauudistus oli Kolmostelevision perustamisen jälkiaalto. Viestintäpoliittisesti kyse oli yleisradioyhtiöiden aloitteesta ja valtiovallan siunauksella käynnistetyn liberalisointihankkeen seuraavasta askeleesta, kilpailupoliittisesti kilpailun vapauttamisen varsinaisesta alkupisteestä sekä kulttuuri- ja ohjelmapoliittisesti television kaupallistumiskehityksen vauhdittumisesta.

YHDEN YÖN MENESTYS

MTV3 oli menestys ensimmäisestä hetkestään alkaen. Kanavanvaihtoyöstä alkaneen ensimmäisen viikonlopun ohjelmista katsotuin oli sunnuntai-illan kotimainen tilannekomedia *Hynttyyt yhteen* 1,4 miljoonalla katsojallaan, ja katsotuimpien listan kymmeneskin ohjelma, perjantai-illan *Seitsemän uutiset* pääsi melkein 1,1 miljoonaan katsojaan. TV1:n viikonloppuohjelmista miljoonaan katsojaan yltivät vain lauantai-illan lottoarvonta ja *Urheiluruutu* sekä TV2:n ohjelmista sunnuntai-iltapäivän lähetys Keski-Euroopan mäkiviikolta.[150] MTV:stä oli tullut katsojalukujen valtias, Yleisradiosta haastaja.

Vielä paljastavampi oli ensimmäinen täysi ohjelmaviikko kanavauudistuksen jälkeen. MTV3:n tarjoama kotimainen viihde osoittautui ylivoimaisen suosituksi. Sen katsojalistan kärjessä olivat keski-illan parhaaseen katseluaikaan sijoitetut *Napakymppi*, *Hynttyyt yhteen*, *Hyvät herrat*, *Viihdeohjelma Tukholma*, *Musta-Pekka*, *Talk-kari* ja *Kivikasvot Show*. Miljoonan paremmalle puolelle nousivat myös *Kymmenen uutiset* ja *Karpolla on asiaa*, kun taas Yleisradion ohjelmista samaan pääsivät nipin napin *Urheiluruutu*, *A-studio* ja Kakkosen viihdesuosikki *Tuttu juttu*. Yleisradion pääuutislähetys putosi ensi kertaa tv-mittaritutkimuksen historiassa miljoonakerhosta.[151] (Taulukko 31.)

Yleisradion ohjelmisto-osaston päällikkö Ilkka Koskimies yritti selittää uutisten tappiota MTV:n viihdekilpailulla ja uskoi, ettei paluuta miljoonaan katsojaan enää edes olisi.[152] MTV3 oli vahvimmillaan nimenomaan ensimmäisellä kevätkaudellaan.

Taulukko 31 Tv-kanavien katsotuimmat ohjelmat 4.1.–10.1.1993

Kanava	Sijoitus	Ohjelma	Alkamisaika	Katsojia
TV1	1.	*Urheiluruutu*	ke 20.40	1 040 000
	2.	*A-studio*	su 20.12	1 005 000
	3.	*Tv-uutiset*	su 20.00	910 000
	4.	*Mäkihyppyä*	ke 13.15	800 000
	5.	*Las Vegas -arvonta*	ke 20.50	795 000
	6.	*Jos venäläiset tulevat*	ke 21.00	730 000
	7.	*Hirveä juttu*	to 19.30	715 000
	8.	*Enkelten siipi*	ma 21.00	625 000
	9.	*Lotto*	la 20.52	615 000
	10.	*Ulkolinja*	ti 20.22	590 000
TV2	1.	*Tuttu juttu*	to 21.00	1 060 000
	2.	*Pari sanaa lemmestä*	ke 21.00	785 000
	3.	*Reinikainen*	la 20.35	660 000
	4.	*Ajankohtainen kakkonen*	ti 21.00	650 000
	5.	*Pojat kansan urhokkaat*	ke 21.30	645 000
	6.	*Vuoden urheilija*	pe 19.00	600 000
	7.	*KPE: Mieheke*	ti 19.40	580 000
	8.	*Värivalot ja liukas lattia*	pe 21.00	575 000
	9.	*Tv-uutiset*	su 18.00	555 000
	10.	*UPE: Viimeinen apassi*	la 22.00	515 000
TV3	1.	*Napakymppi*	la 20.00	1 410 000
	2.	*Hynttyyt yhteen*	pe 20.30	1 400 000
	3.	*Hyvät herrat*	ti 21.25	1 325 000
	4.	*Karpolla on asiaa*	su 19.10	1 240 000
	5.	*Viihdeohjelma Tukholma*	la 21.00	1 210 000
	6.	*Musta-Pekka*	la 21.30	1 170 000
	7.	*Kymmenen uutiset*	ti 22.00	1 120 000
	8.	*Talk-Kari*	pe 19.30	1 105 000
	9.	*Kivikasvot Show*	ma 19.30	1 095 000
	10.	*Tsa Tsa Tsaa*	ma 20.30	1 080 000

Lähde: Finnpanel Oy:n mittaritutkimus, ks. Katsotuimmat tv-ohjelmat 4.1.–10.1., *Helsingin Sanomat* 12.1.1993.

Vuoden mittaan etumatka kapeni. Vastaavasti TV1 oli heikoimmillaan ensimmäisinä viikkoina, kun sen *Uutistunti* ja sitä edeltävä pitkä makasiiniohjelma *Suomen Televisio* eivät onnistuneet vakiinnuttamaan suosiotaan, vaan hävisivät kirkkaasti naapurikanavalle. Vielä tammikuussa Yleisradion kaksi kanavaa kuitenkin olivat vielä hivenen MTV3:a edellä.[153]

MTV3:n ohjelmajohtaja Tauno Äijälä kiitteli kanavansa lähtökiitoa: ”Meidän kannalta on tärkeintä se, että katsojat ovat löytäneet selkeästi uuden kanavan. Viime vuonna se ei vielä näkynyt kaikkialla Suomessa.” Erityisen tyytyväinen hän oli *Seitsemän uutisten* menestykseen.[154] Seuraavien viikkojen aikana juuri kukaan ei kuitenkaan kiinnittänyt huomiota MTV3:n menestykseen eikä puhunut sen ohjelmista. Kaikkien huulilla oli Yleisradion, etenkin TV1:n, epäonnistuminen, mikä näkyi myös lehtien kommenteissa: ”Yle möhli ja pahasti”, ”Ylen auktoriteetti on vaarassa”, ”Ylessä sähläävät poliitikot”, ”TV1 hukkasi pallonsa”.[155] Pöllölaakson puolella toimitusjohtaja Eero Pilkama sen sijaan varoi ilkamoimasta kilpailijan epäonnistumisella. Hän näki myös sattumalla olleen osuutensa voimasuhteiden kääntymisessä: ”Yle halusi tehdä kaiken valmiiksi paketiksi kansalle. Siinä on aina riskinsä. Yle olisi voinut myös voittaa katsojat.”[156]

Kanavauudistus oli suuri mullistus paitsi Yleisradiolle ja MTV:lle myös yleisölle. Katsojien piti tottua paitsi monien suosikkiensa katoamiseen ruudusta myös tuttujen ohjelmien uusiin alkamisaikoihin ja täysin uusiin ohjelmakarttoihin. MTV selvisi tästä Yleisradiota paremmin, sillä sen ohjelmat säilyttivät suureksi osaksi tutut lähetysaikansa, vaikka osan kohdalla kanava vaihtui. MTV ei muuttanut vakiintuneiden ohjelmien ilmettä, rakennetta tai muotoa, toisin kuin Yleisradio teki käynnistäessään *Uutistunnin* ja *Suomen television*.

Paitsi että MTV onnistui valtaamaan arkipäivien alku- ja keski-illan ilmaherruuden, erityisen menestyksekkääksi osoittautui sen jokalauantainen kaksi ja puoli tuntia kestävä viihdepaketti, jonka kokonaisilmeestä vastasi Pekka Karhuvaara. Sen käynnisti maailmalta formaattina ostettu *Onnenpyörä*-sanaleikki, ja se jatkui Kari Salmelaisen vetämällä *Napakympillä*, Pertti Reposen kirjoittamalla sekä Eija Ahvon ja Heikki Kinnusen tähdittämällä *Kolmannen korvapuustilla*, Pirkka-Pekka Peteliuksen ja Mikko Kivisen *Manitbois*-sketseillä ja huipentui Karhuvaaran omaan talk show'hun *Musta-Pekka*. Miljoona suomalaista vahtasi ”viihdefestivaalin” alusta loppuun, puoli kahdeksasta kymmeneen, kertaakaan piipahtamatta Yleisradion kanavilla.

”Se, että me olemme nyt kaikilla mittareilla mitattuna ja myös uutisten osalta kiistaton kanavajohtaja, perustuu siihen, että me teimme töitä kanavauudistuksen eteen lähes viisi vuotta ja kiersimme ympäri maailmaa”, Äijälä analysoi menestystä toukokuussa. Hänen mukaansa MTV3 oli valinnut alkukauteen tietoisesti viihteellisen linjan, josta voitaisiin sitten jatkossa tinkiä: ”Se oli strategiaa.”[157]

Taulukko 32 **Television tarjonnan ja katselun muutos 1992–1993 (viikot 12–13, min/päivä)**

Kanava	Tarjonta 1992	Tarjonta 1993	Muutos	Katselu 1992	Katselu 1993	Muutos
YLE/TV1	544	700	+ 156	41	34	– 7
YLE/TV2	400	535	+ 135	22	30	+ 8
MTV*	661	628	– 33	59	75	+ 16
Yhteensä	1 605	1 863	+ 258	123	138	+ 15

Lähde: Nurmi 1997, 45.
Selitys: *Sisältää Kolmoskanavan tarjonnan ja katselun.

Katsojien siirtymiä keväästä 1992 kevääseen 1993 analysoinut Seija Nurmi havaitsi nimenomaan TV1:n katselun vähentyneen kanavauudistuksessa merkittävästi, vaikka kanavan lähetysaika lisääntyi yli neljänneksellä. Hänen mukaansa Yleisradion ohjelmat olivat saaneet vetoapua MTV:n ohjelmilta. MTV:n ohjelmien poistuttua kanavilta veturiefekti sammui. Lisäksi TV1:n katselun vähentymistä selitti se, että vasta nyt pääuutislähetystä vastaan sijoitettiin ensimmäistä kertaa *Napakympin* kaltaista kaikkein kilpailukykyisintä ohjelmistoa. TV2:n katseluun käytettiin kanavauudistuksen jälkeen sen sijaan jopa kolmannes enemmän aikaa kuin edellisenä keväänä. Vaikka MTV:n tarjoamien ohjelmien määrä väheni yhtiön keskitettyä tarjontansa yhdelle kanavalle, niiden kokonaiskatseluaika lisääntyi runsaalla neljänneksellä. Menestystä selittää Nurmen mukaan suosituimpien ohjelmien keskittäminen yhteen verkkoon ja kolmannen kanavan laajeneminen täyden palvelun kanavaksi.[158] (Taulukko 32.)

Nurmi on osoittanut kanavauudistuksen jakaneen katsojia katselumieltymysten perusteella aiempaa selvemmin eri kanaville. Ne, jotka katselivat paljon Yleisradion TV1:n ohjelmia jo ennen kanavauudistusta, katselivat niitä paljon myös sen jälkeen, kun taas MTV:n ohjelmien parissa viihtyneet katselivat niitä entistä enemmän. Kun TV1:stä tuli ”lähestulkoon uutis- ja ajankohtaisohjelmia preferoivan osayleisön kanava”, TV2 onnistui miellyttämään laajempia yleisöryhmiä. Erityisesti TV1:lle ja MTV3:lle muodostui kanavauudistuksen myötä ”omat” yleisönsä. TV1:n julkisen palvelun ohjelmien pariin hakeutuvia luonnehti tietopohjainen televisionkatselun suuntautuneisuus, kun taas viihdepohjaisille mieltymyksille perustunut tv-suuntautuneisuus kohdistui MTV:n kaupalliseen ohjelmistoon TV2:n palvellessa tilanteen mukaan molempia.[159]

Näin ollen kanavauudistus *jyrkensi* katsojakunnan jakautumista kanavan perusteella. TV1:n katsojakunnaksi valikoituivat entistä selvemmin uutis- ja ajankohtaisohjelmista sekä eurooppalaisista laatusarjoista kiinnostuneet hyvin koulutetut toimihenkilöt. MTV3:n katsojiin lukeutuivat taas niin kaikkiruokaiset suurkuluttajat, kotimaisen viihteen katsojat kuin ulkomaisen fiktion katsojat. Näistä segmenteistä suurin oli ulkomaisen fiktion ystävät (22 % yleisöstä), jotka olivat alle 45-vuotiaita ja keskimääräisesti koulutettuja. Toiseksi suurin segmenteistä (21 %) oli kotimaisen viihteen katsojat, jotka olivat keskimääräistä vähemmän koulutettuja ja enimmäkseen naisia. Tämä ryhmä suorastaan vältti ulkomaisia ohjelmia ja faktaa. Kolmannen merkittävän MTV3:n yleisöryhmän muodostivat suurkuluttajat, joita ei ollut paljon (5 %) mutta jotka katsoivat televisiota päivittäin yli viisi tuntia. Tämä oli segmenteistä iäkkäin, naisvaltaisin ja vähiten koulutettu ja muodosti muun muassa *Kauniiden ja rohkeiden* merkittävän katsojajoukon.[160]

Katsojakunnan jakautumisessa oli osaltaan kysymys myös siitä, että ohjelmien hajottua eri kanaville, katsojien oli aiempaa helpompi toteuttaa ”omaa” katselusuuntautuneisuuttaan, toisin sanoen hakeutua yksinomaan mieliohjelmistonsa pariin ja ohittaa muut ohjelmat. Kanavauudistus saattoi jopa vähentää ”kanavapujottelua”. MTV3 oli onnistunut löytämään ne katsojat, joille sen kaupallisesti toteutettu ”kaikki yhdellä kanavalla” riitti.

YLEISRADIO KORJAA KURSSIAAN

Hälytyskellot Yleisradiossa alkoivat soida nopeasti, kun alun järkytyksestä oli toivuttu. Pääuutislähetyksen, ajankohtaisohjelmien ja urheilu-uutisten pakkaaminen *Uutistunniksi* ei ehkä ollutkaan hyvä idea. Suurimmaksi virheeksi nähtiin pääuutislähetyksen aikaistaminen puolella tunnilla. Virheeksi alkoi hahmottua myös kaksituntinen *Suomen televisio*, joka yritti tarjota yhtenäisen sateenvarjon sen alle sijoitetuille asia- palvelu- ja kulttuuriohjelmille. Ongelma oli, etteivät suomalaiset halunneet katsoa parhaaseen katseluaikaan hahmotonta uutis- ja ajankohtaiskoostetta tai asiamakasiinia, vaan kaipasivat selvärajaisia ohjelmia. TV1:n ohjelmatoiminnan päällikkö Aarre Elo puolustautui vielä tammikuun alkupuolella: ”*Suomen televisio* edustaa uutta katselukulttuuria. Samaten uutiset ovat ihmisen perusturvallisuuden kannalta keskeinen elementti, ja kestää aikansa ennen kuin uuteen muotoon ja lähetysaikaan totutaan.” Pian selitys ei enää kelvannut. Yleisradion hallitusta huolestutti etenkin pääuutislähetyksen kohtalo. Uutistoimitus alkoi itse vaatia ohjelman palauttamista vanhalle paikalleen ja eräät TV1:n johtajan Aarno Kailan, asiaohjelmalinjan päällikön Leo Lehdistön ja taidelinjan päällikön Ere Kokkosen eroa.[161]

Jo maanantaina 25. tammikuuta *Uutistunti*-nimi katosi TV1:n ohjelmatiedoista. Sen tilalle ilmestyi perinteinen ohjelma *Uutiset* ja sen perään *A-studio* omana ohjelmanaan. ”*Uutistunnin* nimi jätettiin pois, koska ihmiset eivät löydä uutistunnin osasia”, Ilkka Koskimies perusteli pikaremonttia. Jo päivää myöhemmin päätettiin myös uutisten palauttamisesta vanhalle paikalleen, kello 20.30:een. Syy perääntymiseen oli ”palautteen yksiselitteisyys ja voimakkuus”, Kaila muotoili. Samalla todettiin, että *Suomen televisio* kaipasi ”tiivistämistä, täsmentämistä, aikataulun selkiyttämistä, kiinteitä otsikoita ja alkamisaikoja” – eli pitkän makasiinimuodon purkamista yksittäisiksi ohjelmiksi. Muutokset toteutettiin maaliskuun alusta lukien.[162]

Kanavauudistuksen epäonnistumista seurasivat myös poikkeuksellisen ankarat madonluvut yhtiön hallintoneuvostossa. Tammikuun lopussa vihreitä edustanut toimittaja Teppo Turkki syytti yhtiötä ”häpeällisestä epäonnistumisesta” ja katsoi uskottavuuskriisin koettelevan erityisesti TV1:tä. Huhtikuussa hän jo vaati Kailan erottamista. Kriisitilanne sai aikaan sen, että lähes jokaiseen hallintoneuvoston kokoukseen vuonna 1993 sisältyi kehitysjohtaja Juhani Wiion katsaus kilpailutilanteeseen: Yleisradion korkein päättävä elin halusi tietää, missä yhtiö menee.[163]

Kaiken kaikkiaan vuosi 1993 jäi Yleisradion lähivuosien kenties pahimmaksi kriisiksi. TV1 joutui uusimaan ohjelmakaavionsa, ja kesällä siunattiin Kailan ehdottama TV1:n organisaation muutos ja päälliköiden vähentäminen. Vuosi huipentui joulukuussa koko vanhan johdon erottamiseen pääjohtaja Reino Paasilinnaa myöten. Uudeksi toimitusjohtajaksi nousi TV2:ta onnistuneesti kanavauudistuksessa luotsannut Arne Wessberg. Kailan tilalle TV1:n johtoon nousi Astrid Gartz.[164] MTV3:n johtoasemaa suosiossa ei Yleisradio onnistunut kuitenkaan selättämään ennen kuin vuonna 1995.[165]

KUKA VOITTI, KUKA HÄVISI?

Ketkä voittivat kanavauudistuksessa? Ketkä hävisivät? Vai onko mullistuksen lopputulosta edes mahdollista pelkistää noin yksinkertaisiksi kysymyksiksi? Jos kanavauudistuksen seurauksia tarkastelee yksinomaan kanavien ja yhtiöiden katseluosuuksien tasolla, MTV3 näyttäytyy epäilemättä kanavauudistuksen voittajana. Se oli asettanut katsojatavoitteekseen 40 prosentin markkinaosuuden, mutta sen annos suomalaisten televisionkatselusta nousi vuonna 1993 lähes 48 prosenttiin, kun taas Yleisradio jäi asettamastaan 50 prosentin tavoitteesta hieman, 47 prosenttiin. Suurimman pettymyksen koki TV1, joka oli tavoitellut 30:tä prosenttia mutta pääsi 25:een. TV2 sen sijaan sai odottamansa 20 prosentin sijasta runsaan 21 prosentin katsojaosuuden.[166]

Aiempi tutkimus on osoittanut Yleisradion valmistautuneen kanavauudistukseen sinänsä huolellisesti ja pohtineen tarkoin TV1:n ja TV2:n keskinäistä työnjakoa. Molempien oli määrä nojata vahvuuksiinsa, TV1:n uutis- ja ajankohtaisohjelmistoon, TV2:n taas viihteeseen ja draamaan, sekä koordinoida illan ohjelmisto niin, että toisen tavoitellessa suuria yleisöjä toinen keskittyisi osayleisöihin. Todellisuudessa Yleisradio jäi markkinaosuustavoitteestaan vain hieman eikä yhtiön ohjelmien päivittäinen katselu vähentynyt kuin parilla minuutilla – mutta kun MTV ylitti tavoitteensa roimasti, YLEn epäonnistuminen korostui. Erityisesti yli 65-vuotiaat siirtyivät enenevästi MTV:n pariin. On myös muistettava, että TV1:n yleisöosuus oli alkanut vähetä jo syksyllä 1992.[167]

Martti Soramäen mukaan Yleisradion ja erityisesti TV1:n epäonnistumisen osatekijöitä oli kolme. Ensinnäkin TV1 erehtyi korvaamaan kanavalta poistuneet MTV:n ohjelmat lisäämällä suhteettomasti faktatyyppistä ohjelmistoa. Toiseksi TV1:ltä puuttuivat sarjamuotoiset menestysohjelmat, joilla se olisi voinut kilpailla MTV3:n kanssa. Kolmanneksi se teki yksittäisiä virheitä muuttamalla pääuutisten lähetysaikaa. TV2 valitsi toisen tien: se korvasi menettämänsä MTV-fiktion lisäämällä urheilua ja onnistui tuottamaan suositun draamasarjan *Metsolat* ja lähes yhtä suositun viihdeohjelman *Tuttu juttu*. TV1:n kohdalla kyse oli siis operatiivisella tasolla, ohjelmakaavion rakentamisessa, tapahtuneesta epäonnistumisesta sekä TV1:n ja TV2:n riittämättömästä keskinäisestä koordinaatiosta. Myös poliittisesti valitun johdon käsitys ohjelmasijoittelusta ja kyky tehdä korjausliikkeitä olivat puutteellisia.[168] Johtajien pätevyyttä on moittinut myös Juhani Wiio, jonka mielestä yhtiöltä puuttui yhteinen strategia kanavauudistuksen valmistelussa ja markkinoinnissa. Tietoa käytettiin valikoivasti, minkä seurauksena Yleisradio keskittyi vain vahvuuksiinsa tunnistamatta sen enempää MTV:n vahvuuksia kuin omia heikkouksiaan.[169]

Kaikki yllä luetellut syyt liittyvät Yleisradion johtamisen ongelmiin, joiden taustatekijöistä yksi on yhtiön johdon poliittinen luonne. MTV:n vahvuuksien aliarviointiin syyllistymistä poliittiset mandaattipaikat eivät kuitenkaan yksin selitä, vaan siinä on kyse myös jonkinlaisesta ammatillisesta ylemmyydentunteesta, ”kaksoisstandardista”, joka oli pesiytynyt Yleisradion organisaatioon, ohjelmantekijöitä myöten. Kokenut ohjelmantekijä tilitti *Suomen Kuvalehden* haastattelussa toukokuussa 1993: ”Myöskään toimittajilla ja tuottajilla ei ole ollut minkäänlaista tarvetta tehdä ohjelmaansa johonkin kellonaikaan sopivaksi, vaan he ovat tehneet juttunsa valmiiksi ja joku jossain vaiheessa on sijoittanut sen jonnekin. Nyt pitäisi tehdä tietylle ryhmälle tiettyyn rakoon.”[170] Vasta kanavauudistuksen jälkeen Yleisradio alkoi toden teolla kehitellä kaaviolähtöistä ohjelmistosuunnittelua,[171] joka taas kaupalliselle Kolmoskanavalle oli ollut alusta alkaen itsestään selvää.

Kanavauudistuksen välittömien seurausten tasolla Yleisradio oli ilmeinen häviäjä MTV3:n selviytyessä voittajana. Laajemmassa katsannossa molemmat voittivat, sillä ensin syyskuussa MTV3 palkittiin omalla toimiluvalla. Yleisradio sai palkintonsa joulukuussa, kun eduskunta sääti yhtiön vuosikymmeniä toivoman uuden yleisradiolain.

UUTEEN YLEISRADIOJÄRJESTELMÄÄN

Jo marraskuun alussa 1992 liikenneministeri Ole Norrback oli väläytellyt, että MTV:n oma toimilupa sopisi muuttuvaan sähköisen viestinnän järjestykseen, eikä Yleisradiokaan ollut enää torjunut ajatusta kovin pontevasti. Tukea toimilupa-ajatus sai selvitysmies Seppo Niemelältä, jonka ministeri oli asettanut syyskuussa pohtimaan julkisen palvelun asemaa 1990-luvun viestintäpolitiikassa. Niemelä jätti ehdotuksensa tammikuun alussa 1993, tilanteessa, jossa Yleisradio juuri alkoi oivaltaa epäonnistuneensa kanavauudistuksessa. Niemelän lukuisista ehdotuksista tärkein oli ajatus sähköisen viestinnän puitelaista, joka säätäisi sekä Yleisradion asemasta että loisi periaatteet kaupallisten sähköisten viestimien toimilupapolitiikalle. Niemelä esittikin, että MTV saisi oman toimiluvan ja maksaisi siitä toimilupamaksua, jonka perusteella se vapautuisi ”niistä viestintään kohdistuvista julkisen palvelun periaatteen mukaisista tehtävistä, jotka eivät ole kaupallisesti kannattavia”.[172]

MTV luonnollisesti kannatti ehdotusta ja toivoi omassa lausunnossaan asian etenevän nopeasti. Toimilupamaksun määräytymisperusteita yhtiö sen sijaan arvosteli. Yleisradio puolestaan edellytti, että MTV:n toimilupa myönnettäisiin vasta uuden puitelain mukaan. Itse toimilupa ei ollut sille sinänsä ongelma. Ylipäänsä useimmat lausunnot Niemelän ehdotuksiin tukivat MTV:n toimilupaa.[173] Poliittinen ja viestintäpoliittinen ilmapiiri oli nopeasti kypsynyt suopeaksi toimiluvan myöntämiselle. Ratkaisevan sysäyksen oli antanut MTV:n oma kanava, joka yhtäkkiä näyttikin panevan viestintäpolitiikan palikat uuteen järjestykseen. Yleisradio huomasi, ettei sen tarvinnut pitää kiinni toimilupamonopolistaan, jos sen asema taattaisiin lainsäädännöllä ja kun sen käsiin lisäksi jäisivät lähetysverkko ja kaupallisen television tilittämät maksut. MTV:lle puolestaan oma kanava ja toimilupa olivat niin tärkeä voitto, että maksut YLElle voitiin niellä. Kun rakennepoliittiset myönnytykset oli nyt tehty, yhtiöiden välinen suhde palasi nopeasti pragmaattisen taloudelliseksi.

Hyvät ennusmerkit rohkaisivat MTV:n jättämään toimilupahakemuksen maaliskuussa, ja valtioneuvosto hyväksyi sen viitisen kuukautta myöhemmin, 2. syyskuuta, koska sen enempää lainsäädännöllisiä, hallinnollisia, taloudellisia kuin teknisiäkään syitä epäämiselle ei ollut. Ohjelmiston osalta toimiluvassa lainattiin

säädöksiä, jotka oli tuotu suomalaiseen viestintäpolitiikkaan nimenomaan Kolmostelevision myötä. Myös MTV:n tuli toiminnallaan "edistää kotimaista ohjelmatuotantoa" ja "monipuolistaa kansallista ohjelmatuotantorakennetta", minkä johdosta "riittävän osan ohjelmistosta" myös parhaana katseluaikana tuli olla kotimaista ja "osa ohjelmatoimintaan tarkoitetuista varoista" tuli suunnata ulkopuolisilla kotimaisille tuottajille. Lisäksi MTV3:n tarjonnan tuli olla "riittävässä määrin" ruotsinkielisen väestön ymmärrettävissä. Täsmällisiä prosenttilukuja toimilupaan ei haluttu sisällyttää, sillä sellaisia ei ollut Yleisradiollakaan. Yleisradion toimiluvasta MTV:hen sovellettiin määräys, jonka mukaan yhtiön tuli tarjota "laadukasta ja monipuolista ohjelmistoa, hyödyllisiä tietoja ja uutisia sekä myös sopivaa ajanvietettä".[174]

Yhtiön tuli Yleisradion tapaan noudattaa myös hyvää journalistista tapaa, mutta ohjelmien sisällön ja esitystavan arvokkuutta, asiallisuutta ja tasapuolisuutta, saati kansansivistyksen edistämistä MTV:ltä ei sentään edellytetty. Mainonnan määrä rajoitettiin entiseen tapaan 15 prosenttiin kuukausittaisesta lähetysajasta, ja omistussuhteissa tapahtuneet ratkaisevat muutokset saattoivat johtaa toimiluvan uuteen harkintaan. Jälkimmäisen säädöksen tarkoitus oli estää yhtiön valtaus ja ehkäistä viestinnän ei-toivottua keskittymistä. MTV:n lupa oli voimassa melkein vuosituhannen loppuun, 14.12.1999, saakka.[175]

Merkittävää oli, että itse toimilupamaksusta ei toimiluvassa ollut minkäänlaista mainintaa. Syy oli se, että vaikka MTV:n maksuvelvollisuudesta vallitsi konsensus, valtioneuvosto ei lainsäädännön puuttuessa voinut määrätä maksua. Näin "julkisen palvelun maksusta" ja verkkovuokrasta sovittiin edelleen vain ja ainoastaan YLEn ja MTV:n keskinäisissä sopimuksissa. Verkkovuokra määräytyi lähetysasemaverkon investointi- ja käyttökustannusten mukaan, kun taas julkisen palvelun maksu oli korvausta lähetysajasta ja määräytyi mainosmyynnin liikevaihdon mukaan. Esimerkiksi vuoden 1994 korvaustasoksi sovittiin 41,6 prosenttia liikevaihdosta, mikä tarkoitti maksujen korotusta yli 40 miljoonalla markalla.[176]

Uuden lain laatiminen ei sujunut yhtä nopeasti kuin toimiluvan myöntäminen. Prosessia kuitenkin nopeutti hieman se, että koko sähköistä viestintää koskevan puitelain sijasta päädyttiin kirjoittamaan laki uudelleen vain Yleisradiota koskevalta osalta. Vaikka tavoitetasoa laskettiin, Esko Ahon porvarillinen hallitus ei saanut lakiesitystä valmiiksi ennen kesälomia, sillä hallituspuolueiden näkemykset erosivat toisistaan. Hallitusohjelmaan yleisradiolainsäädännön uudistamisesta ei ollut kirjattu sanaakaan, vaan oli ainoastaan väljästi luvattu turvata Yleisradion "edellytykset kansalliseen kulttuuritarjontaan ja kaikille kansalaisille ulottuvan tiedonvälityksen toteuttamiseen".[177] Vielä elokuussa liikenneministeri Norrback joutui vetämään lakiluonnoksen hallituksen istunnosta kolme kertaa uuteen harkintaan. Liikenneministeri ajoi asiaa eteenpäin jo siksi, että se vahvistaisi ruotsinkielisen

ohjelmatoiminnan asemaa. Myös keskusta oli lakiesityksen takana, samoin kuin oppositiossa ollut vasemmisto, kun taas hallituksen toinen pääpuolue kokoomus ei halunnut noin vain myöntää Yleisradiolle pysyvää erityisasemaa. Lopulta kokoomuksen vastahangan mursivat MTV:n toimilupa ja lakiesityksessä hahmoteltu Yleisradion johdon muuttaminen yritysmäisemmäksi.[178]

Eduskunnalle lakiesitys päästiin antamaan vasta viisi päivää MTV:n toimiluvan myöntämisen jälkeen, ja sielläkin suurimmat erimielisyydet ilmenivät hallituspuolueiden kesken, eivät hallituksen ja opposition välillä. Lain laatimisen kiireellisyydestä kertoo se, ettei se käynyt tarkistettavana oikeusministeriössä. Perustuslakivaliokunta moitti esitystä ”lakiteknisesti vaatimattomaksi”, ja liikennevaliokunta joutui korjaamaan lain melkein jokaista pykälää. Liikennevaliokunnan kokouksia kuvattiin julkisuudessa ”myrskyisiksi”: välillä sosiaalidemokraatit protestoivat marssimalla ulos kokouksesta, kun eivät saaneet lisäaikaa omille neuvotteluilleen. Lain käsittelyä eduskunnassa hämmensi myös se, että samaan aikaan Yleisradiossa valmisteltiin koko johdon vaihtamista.[179]

Poliittisesti kiivaimmat kiistat käytiin Yleisradion tehtävänannosta ja mainosoikeudesta. Kokoomuksen mielestä Yleisradiolle ei olisi tullut antaa oikeutta harjoittaa muuta kuin julkisen palvelun yleisradiotoimintaa, kun taas muille riitti, että muu toiminta eriytettäisiin kirjanpidollisesti. Sosiaalidemokraatit puolestaan halusivat, että Yleisradion hallintoneuvosto voisi itse päättää mainosten myynnistä yhtiön ohjelmien yhteyteen, mutta eduskunnan enemmistö piti kiinni hallituksen esityksestä, jonka mukaan lupa tuli hakea edelleen valtioneuvostolta. Tällä tavoiteltiin sitä, että mainoksia voitaisiin käyttää yksinomaan esimerkiksi suurten urheilutapahtumien yhteydessä. Ylipäänsä sosiaalidemokraatit olisivat halunneet lisätä Yleisradion johdon ja hallintoneuvoston valtuuksia, kun taas keskusta ja ruotsalaiset etsivät jonkinlaista tasapainoa eduskunnan, valtioneuvoston ja hallintoneuvoston vallankäytön välille. Sen sijaan kokoomus suhtautui lakihankkeeseen läpi eduskuntakeskustelun torjuvasti arvostellen sitä tarpeettomaksi. Lopulta laki hyväksyttiin liikennevaliokunnan esittämässä muodossa.[180]

Vuoden 1994 alusta voimaan astunut laki antoikin Yleisradiolle erityisaseman ja vapautti sen toimiluvasta. Se myös kirjasi ensimmäistä kertaa Yleisradion julkisen palvelun tehtävät, jolla haluttiin ”korostaa lupamaksuilla rahoitettavan toiminnan erityisluonnetta”. Kaikille yhtäläisin ehdoin tarjottavan täyden palvelun ohjelmiston lisäksi nimettiin joukko erityistehtäviä, joita ”ei voitaisi rahoittaa kaupallisesti”. Yhtiön pääasialliseksi rahoitusmuodoksi säädettiin lupamaksut, mutta lisäksi lain yhtenä lähtökohtana oli se, että ”MTV Oy maksaa yhtiölle edelleen niin sanottua julkisen palvelun maksua”, vaikka itse lakiin siitä ei tullutkaan mainintaa.[181]

Uusi laki ja MTV:n toimilupa päättivät yhden vaiheen suomalaisen yleisradiopolitiikan vapautumisessa – ja samalla käynnistivät toisen. Ne sinetöivät, että te-

levisio siirtyi lopullisesti Yleisradion toimilupamonopolin hallitsemasta yhtenäisjärjestelmästä kilpailun aikakauteen, jossa yritettiin samanaikaisesti turvata sekä Yleisradion toimintaedellytykset että avata väyliä kaupalliselle kilpailulle.

Rakennepolitiikan tasolla yleisradiotoiminnan perusrakenne hahmotettiin nyt kaksinaisena. Yhtäällä oli Yleisradion julkinen palvelu, jota varten oli oma lakinsa, ja toisaalla kaupallinen, toimiluvanvarainen yleisradiotoiminta, joka oli saava oman uudistetun lainsäädäntönsä myöhemmin. Radion puolella paikallisradiot olivat jo toimineet tämän duaalimallin esitaistelijoina ja esimerkkeinä. Television puolella avauksen teki MTV3, Kolmoskanavan tekemän pioneerityön jatkaja. Julkiselle ja kaupalliselle toiminnalle säädettiin näin erilaiset tehtävät, jotka osittaisista päällekkäisyyksistä huolimatta täydensivät toisiaan. Uusi rakenne oli hahmoteltu Yleisradion ja MTV:n keskinäisissä neuvotteluissa, mutta työn loppuunsaattamiseen tarvittiin valtiovallan ja lainsäätäjän sinettiä, jotta säädösten keskinäinen tasapaino ja yhteiskunnallinen legitimiteetti saatiin turvattua.[182] Oman toimiluvan omistusmuutoksia koskevine rajoituksineen arveltiin suojelevan MTV:tä uusilta valtausyrityksiltä.[183] Samalla uusi yleisradiojärjestelmä stabiloi ja vahvisti perinteisen ”kaksoismonopolin” valtaa. MTV sai pitää yksinoikeutensa televisiomainontaan. Yleisradion tärkeimpänä monopolivarana säilyi lähetysverkko.

Taloudellista pragmatismia uudessa yleisradiojärjestelmässä edusti se, että Yleisradio ja MTV eivät edelleenkään kilpailleet samoista rahoituslähteistä. Toinen sai päätulonsa lupamaksuista, toinen mainonnasta. MTV joutui kuitenkin vanhaan tapaan osallistumaan Yleisradion rahoitukseen, koska lupamaksujen ei vieläkään uskottu yksinään kattavan toiminnan kuluja. Tilanne turvasi molempien yhtiöiden taloudelliset edut.[184] Vaikka ratkaisuihin sisältyi periaatteessa valmius laajentaa kaupallista televisiotoimintaa ja myöntää lisää toimilupia, oli pragmaattista olla myöntämättä niitä tässä vaiheessa, maan toipuessa lamasta. Mainostulojen ei uskottu vielä elättävän kahta valtakunnallista mainoskanavaa. Sanoma Osakeyhtiölle, joka kärkkyi pääsyä mukaan televisiomarkkinoille, näytettiin kuitenkin jo keltaista valoa.

Poliittisista kompromisseista vuoden 1993 ratkaisuissa selvin oli yhteinen näkemys siitä, että yleisradiolaki ja MTV:n toimilupa muodostaisivat jonkinlaisen toisiaan tasapainottavan kokonaisuuden. Toista ei voitu antaa antamatta myös toista. Yleisradion ja MTV:n edut oli turvattava samaan aikaan. Vaikka selvitysmies Niemelän raporttiin annetuissa lausunnoissa tuli esiin monia poikkeavia ehdotuksia, poliittinen yksimielisyys Yleisradion aseman vahvistamisesta ja MTV:n itsenäisen toiminnan sallimisesta oli harvinaisen laaja.[185] Julkisen palvelun määrittely ja erikoiskohtelu tyydytti vasemmistoa ja keskustaa, kaupallisen televisiotoiminnan vapauttaminen ja oven raottaminen kilpailun lisäämiselle taas oikeistoa. Molemmat saattoivat tulkita lopputuloksen voitokseen.

Kulttuuripoliittisen protektionismin keskeiset tavoitteet sisällytettiin nyt sekä yleisradiolakiin että MTV:n toimilupaan. Vaikka esimerkiksi kotimaisuusastetta, independent-tuotantoja ja ruotsinkielen osuutta koskevat määräykset jäivät väljiksi ja epämääräisiksi – kuten jäi myös julkisen palvelun tehtävien määrittely –, olennaista oli, että yleiset viestintä- ja kulttuuripoliittiset tahdonilmaukset kirjattiin ylös. Molemmilta yhtiöiltä edellytettiin laadukasta ja monipuolista ohjelmistoa. Molemmat nähtiin suomalaisen säädellyn yleisradiojärjestelmän osiksi, mikä teki myös MTV3:sta julkisen ja kaupallisen kanavan välimuodon, hybridin, puhtaan kaupallisen viihdekanavan sijasta. Protektionismia ilmensi myös Yleisradion erityisaseman vahvistaminen. Vaikka kilpailu oli alkanut ja monopolirakenne purettu, Yleisradio nähtiin yhä järjestelmän perustana, ”paremman” yleisradiotoiminnan takuumiehenä. Se on osaksi syy myös siihen, miksi yhtiön epäonnistumiseen kanavauudistuksessa suhtauduttiin niin dramaattisesti.

Entä mitä tapahtui Kolmostelevisiolle, sille piskuiselle firmalle, joka loi perustan suomalaiselle kaupalliselle televisiolle mutta piti läpi vuosien tarkkaa huolta linjoistaan eikä koskaan saanut lihoa isoksi ja itsenäiseksi? Se jatkoi toimintaansa vielä muutaman vuoden hankkien MTV3:lle kotimaisia ohjelmia, urheiluoikeuksia ja myyden alueellista mainontaa. Kanavan rakennustyöstä energisesti vastannut toimitusjohtaja Heikki Lehmusto jätti yhtiön maaliskuussa 1993 ja siirtyi ensin Fazer Musiikki Oy:n toimitusjohtajaksi ja seuraavana vuonna edelleen Yleisradioon televisiotoimialan johtajaksi. Kolmostelevision toimitusjohtajana häntä seurasi yhtiön markkinointijohtaja Juha-Pekka Louhelainen.[186] Historiaan Oy Kolmostelevisio Ab siirtyi vuonna 1997, jolloin Yleisradio luopui lopuistakin Kolmostelevision osakkeistaan ja yhtiön nimi vaihtui MTV Media Oy:ksi.[187] Sittemmin 2000-luvulla MTV Oy:hyn sulautettu MTV Media on vastannut MTV:n kaikkien televisiokanavien mainosajan myynnistä ja markkinoinnista.


KOLMOSKANAVA
KOKO ILLAN ILO.



Kolmonen sijoitti suurimmat kassamenestyselokuvansa tiistai-iltoihin. Maaliskuussa 1989 Kolmosella nähtiin Steven Spielbergin Kadonneen aarteen metsästäjät, joka kelpasi myös kanavan markkinointiin.

KOLMOSTELEVISION MERKITYS

Kolmostelevisio tuli ja meni. Eetterissä se viipyi vain kuuden vuoden ajan, mutta lyhyen elinkaarensa aikana se onnistui jättämään suomalaiseen televisiohistoriaan omat merkkinsä, joista monet jäivät pysyviksi. Mitä nuo jäljet tai merkit lopulta ovat?

Tavoitteeni on ollut kirjoittaa Kolmostelevision tarina mutta ei kuitenkaan yksin Kolmostelevision näkökulmasta. Vaikka kyse on sen instituutiohistoriasta, olen keskittynyt valtiollisten toimielinten ja yhtiön omistajien kolmoskanavahankkeen kautta harjoittamaan viestintäpolitiikkaan sekä liikkeenjohdollisiin ja ohjelmapoliittisiin ratkaisuihin. Samalla olen osoittanut Kolmostelevision omien toimien monella tavoin sekä sekoittaneen että edesauttaneen Yleisradion ja MTV:n kaavailujen toteutumista. Katsojien kokemuksia Kolmoskanavasta kirja ei käsittele, joskin vastaanottoa on peilattu katselutilastojen, lehtien pääkirjoitusten, uutispalstojen ja tv-arvostelujen kautta. Yksittäisiä ohjelmia on tarkasteltu vain siltä osin, kuin se on tuntunut tarpeelliselta Kolmosen ”kanavabrändin” ymmärtämiseksi. Samoin olen paljolti sivuuttanut ohjelmien tuottajat ja tekijät. Ohjelmiston osalta päähuomio on ollut ohjelmakaaviossa, ohjelmatilauksissa ja tarjonnan rakenteissa. Rajaukset ovat olleet tietoisia ja jättävät jatkotutkimuksille ison tontin.

Esimerkiksi *Hyvien herrojen* tekemistä, tuotantotapaa ja lopputulosta kannattaisi vieläkin analysoida, vaikka ohjelman päättymisestä on kulunut jo puolitoista vuosikymmentä. Millaista politiikkakäsitystä sarja tuotti ja millä keinoin? Sellainen tutkimus voisi avartaa käsitystämme poliittisen satiirin suhteesta populismiin ja politiikanvastaisuuteen.

Kirjan johdannossa sanoin Kolmostelevision toimineen tienraivaajana suomalaisen television siirtyessä niukkuuden aikakaudesta valinnan aikakauteen ja

edelleen nykyiseen yltäkylläisyyteen. Kolmoskanava antoi hyppysellisen esimakua nykyisestä televisiokulttuurista, jossa mikään ei enää riitä. ”Tarjolla on 57 kanavaa, mutta koskaan ei tule mitään katsottavaa”.[1] Tätä televisiokulttuurin kehitystä olen käsitellyt paneutumalla yhtäältä yleisradiopolitiikkaan, jonka tuloksena Kolmostelevisio syntyi ja sai kehittyä, ja toisaalta television kaupallistumiseen, jota Kolmoskanava merkittävästi edisti.

Alussa asetin tutkimukselleni kaksinaisen tehtävän selvittää,

- millaisen viestintäpolitiikan tuloksena Suomi sai Kolmoskanavan ja miten Kolmoskanava toteutti saamaansa viestintäpoliittista tehtävää ja
- millä keinoin Kolmostelevisio ja Kolmoskanava kaupallistivat suomalaista televisiota.

Nyt on vastausten ja yhteenvedon aika.

VIESTINTÄPOLITIIKAN LIBERALISOITUMINEN

Viestintäpolitiikan ja yleisradiopolitiikan olen tulkinnut tässä kirjassa laveasti. Viestintäpolitiikkaa eivät tee ainoastaan hallitukset, parlamentit ja muut valtiolliset elimet, vaan omien intressiensä puolesta kamppailua viestintäpolitiikan kentällä käyvät myös viestintäyritykset, sisällöntuottajat, erilaiset kansalaisjärjestöt ja myös yleisö, kansalaiset. Kolmostelevision tarinassa ovat korostuneet paitsi valtioneuvoston, puolueiden ja eduskuntaa edustavan Yleisradion hallintoneuvoston rooli myös Yleisradion, MTV:n ja Nokian, kolmen omistajayrityksen, aktiivinen panos. Ne ovat ajaneet omia etujaan, sovitelleet niitä ja yrittäneet löytää kannaltaan edullisia ratkaisuja. Merkittävää eri osapuolten valtatasapainon kannalta on, että yhtiöt itse tekivät niin Kolmostelevision perustamista kuin kanavajakosopimusta koskevat aloitteet. Valtiovaltaa tarvittiin lähinnä siunaamaan yhtiöiden keskinäiset sopimukset. Se osoittaa, että valtiovallan määräävä rooli yleisradiopolitiikassa alkoi murtua jo 1980-luvun puolella. Vaikka kanavauudistuksen jälkeisissä tapahtumissa – MTV:n toimiluvassa ja Yleisradiota koskevan lain säätämisessä – valtiovalta otti viestintäpolitiikan johdon jälleen käsiinsä, kumpaakaan ratkaisua ei olisi voitu tehdä ilman kohteena olevien yhtiöiden suostumusta ja yhteisymmärrystä.

Kysyä voidaan, miten eturyhmien ja etenkin liikeyritysten vaikutusvallan kasvu vaikuttaa viestintäpolitiikkaan. Miten se muuttaa poliittisia prosesseja? Lisääkö se demokratiaa vai kaventaako se sitä?

Kuten Ullamaija Kivikuru on huomauttanut, Suomessa viestintäpolitiikan ”yhteistä hyvää” on aina totuttu etsimään julkishallinnon ja erilaisten edunvalvontataho-

jen yhteisissä neuvottelupöydissä.[2] Nyt nimenomaan viestintäyritysten asema neuvonpidossa näytti vankistuvan. Jo MTV:n uutistaistelu 1970–1980-luvun taitteessa oli osoittanut, ettei yleisradiopolitiikassa enää ollut kyse vain päättäjien ja viranomaisten toimista, vaan pikemminkin neuvonpidosta, jossa julkisen vallan, viestintäyritysten ja yleisöä edustavien tahojen, kuten puolueiden, näkökohdat ottivat mittaa toisistaan. Viimeistä sanaa valtiovalta ei vielä muille luovuttanut, vaan säätelytoimillaan se yhä asetti rajat viestintäyritysten pyrkimyksille. Liekanaru oli kuitenkin venymässä. Yleisradiopolitiikassa kyse onkin enenevästi eri intressiosapuolien risteävien etujen jatkuvasta sovittelusta vaihtelevissa tilanteissa, jolloin siitä on muodostunut useiden toimijoiden välinen poliittisen, taloudellisen ja kulttuurisen voimainkoetuksen kenttä.[3]

Edunvalvojatahojen lisääntyminen on osittain lisännyt demokratian kannalta hyödyllistä julkista keskustelua. Niin toimialan yritykset kuin asioihin vaikuttamaan pyrkivät etu- ja kansalaisjärjestöt tuovat kantojaan mielellään julkisuuteen, koska sen kautta näkemyksille voidaan hakea yleisön tukea. Kun viestintäpolitiikkaa tehdään yhä enemmän julkisuudessa, se voisi periaatteessa lisätä laajaan keskusteluun ja argumentointiin perustuvaa deliberatiivista demokratiaa, jossa monenkeskisesti ja tasaveroisesti etsitään parasta mahdollista lopputulosta.[4] Toisaalta julkisuus ei kohtele kaikkia keskustelun osapuolia tasapuolisesti; jotkin tahot saavat näkemyksilleen helpommin julkisuutta kuin toiset. Olisi myös naiivia olettaa, että viestintäpoliittisen keskustelun laajeneminen julkisille foorumeille olisi vähentänyt kabineteissa tapahtuvaa lobbausta. Kolmostelevision tapauksessa kabinettitarjoilua ja saunottamista tarvittiin niin perustamisvaiheessa kuin kanavajakoneuvotteluissa, ja julkisuutta käytettiin lähinnä hakemaan vastakaikua tavoitteille, jotka oli asetettu suljettujen ovien takana. Yhdysvaltain ja Britannian viestintäpolitiikkaa analysoinut Des Freedman onkin havainnut, että toimijoiden lisääntymisestä huolimatta pieni viestintäpoliittinen klikki on yhä olemassa ja että johtavien poliittisten päättäjien ja mediateollisuuden arvot ovat yhdenmukaistuneet. Näin päätösten läpinäkyvyys on lisääntynyt vain näennäisesti.[5]

Tämä pätee myös Kolmoskanavan ympärillä käytyyn politikointiin, joka tapahtui hallituksen johtavien poliitikkojen, liikemiesten ja televisiojohtajien keskinäisissä palavereissa ja jossa toimijat kätkivät todelliset vaikuttimensa yleisemmin hyväksyttävissä olevien perustelujen taakse. Julkinen keskustelu lehdistössä oli laajaa, mutta pääkirjoitukset edustivat paljolti yhden kilpailijatahon, sanomalehdistön, omia etunäkökohtia. Varsinainen kansalaiskeskustelu oli vähäistä. Kiinnostavaa on, että koska myös eduskunta pääsi vaikuttamaan kolmoskanavan perustamisratkaisuun vain välillisesti Yleisradion hallintoneuvostossa, se purki turhautuneisuuttaan kaapelitelevisiolain säätämisen yhteydessä.

Mutta mikä lopulta mahdollisti Kolmostelevision kaltaisen kummajaisen syntymän ja menestyksen? Miten kanavan perustaminen niveltyi suomalaisen viestin-

täpolitiikan pitkään linjaan? Entä millä tavoin Kolmostelevisio liberalisoi yleisradiokenttää?

Kolmostelevisio perustettiin tilanteessa, jota olen kuvannut Ismo Silvolta lainaamallani käsitteellä ratkaisuja hakevaksi kaudeksi.[6] Viestintätekniikan kehitys ja sen aikaansaama kulttuurinen muutos synnyttivät 1980-luvun alussa tilanteen, jossa viestintäpolitiikan oli pakko ottaa kantaa lukuisiin rinnakkaisiin kehityskulkuihin. Kun vielä 1970-luvulla oli haaveiltu suurisuuntaisista kokonaisratkaisuista, nyt keskityttiin tekemään päätöksiä yksittäisistä hankkeista, jollaisia olivat MTV:n uutiset, paikallisradiot, kaapelitelevisio – ja kolmoskanavan käynnistäminen. Viestintäpoliittiset asenteet olivat vapautumassa, mikä näkyi esimerkiksi puolueiden kannanotoissa. Asenteiden muutos viestintäpolitiikan kentän eri tahoilla tapahtui kuitenkin eritahtisesti. Esimerkiksi Yleisradion johto kallistui liberalisoinnin suuntaan nopeammin kuin yhtiön hallintoneuvosto ja monet hallintoneuvoston jäsenet aikaisemmin kuin heidän edustamansa puolueet eduskunnassa tai ministerinsä hallituksessa. Näkemyserot niin hallituspuolueiden sisällä kuin niiden välilläkin olivat ajoittain kovaäänisiä.

Olen läpi kirjan seurannut suomalaisen yleisradiopolitiikan kehitystä neljän sitä luonnehtivan perusominaisuuden näkökulmasta. Olen nimennyt ne rakennepolitiikan korostamiseksi, taloudelliseksi pragmatismiksi, poliittiseksi kompromissihakuisuudeksi ja kulttuuriseksi protektionismiksi. Miten Kolmoskanava niveltyi näihin perusstrategioihin?

Kolmostelevisio oli itsessään jo määrätietoisen *rakennepoliittisen harkinnan* tulos. Yhtiö ja sen pyörittämä kanava perustettiin turvaamaan vallinnutta toimialarakennetta, Yleisradion hallinnoimaa yhtenäisjärjestelmää, jossa MTV:llä oli tarkoin rajattu roolinsa. Rakennepolitiikka oli käytännössä tarkoittanut Yleisradion toimilupamonopolia, mutta 1980-luvulla monopolivaatimuksista tingittiin jo paikallisradioiden kohdalla. Kolmostelevisiolle omaa toimilupaa ei kuitenkaan myönnetty, vaan se sai MTV:n tapaan tyytyä toimimaan Yleisradion toimilupaan tehdyn poikkeussäännön nojalla. Vaikka Kolmoskanava muodollisesti vahvistikin Yleisradion johtoasemaa yhtenäisjärjestelmässä, se oli samalla ensimmäisen askel television liberalisoinnin tiellä, koska yhtiö muutti toimialan yritysrakennetta ja loi alalle kokonaan uuden tuottajakentän.

Tärkeintä Kolmostelevisiossa ei kuitenkaan ollut, missä määrin se itse muutti toimialarakennetta. Yhtiön varsinainen rakennepoliittinen tehtävä oli puolustuksellinen: se oli perustettu torjumaan uuden kilpailijan, lehdistön, pääsy televisiomarkkinoille sekä hidastamaan satelliitti- ja kaapelitelevision leviämistä Suomessa. Siinä Kolmostelevisio onnistuikin, sillä kaapelikanavien katseluosuus pysyi 2000-luvulle asti marginaalisena eivätkä markkinoille mielineet sanomalehdet päässeet määräämään televisiomainonnan hintaa. Kolmostelevisio antoi ensin jatkoaikaa Yleisradio-vetoiselle yhtenäisjärjestelmälle ja käynnisti sitten kanavauudistuksen myötä

järjestelmän hallitun rakennemuutoksen, jossa toimialaa liberalisoitiin asteittain mutta samalla vahvistettiin myös julkisen palvelun yleisradiotoiminnan asemaa.

Yleisradion historiassa on yleensä korostettu vuonna 1948 säädetyn "Lex Jahvetin" merkitystä, koska se parlamentarisoi Yleisradion hallintoneuvoston.[7] Vielä suuremman merkityksen antaisin vuonna 1993 säädetylle "Lex Niemelälle", joka suojasi Yleisradion aseman muuttamalla sen lakisääteiseksi ja määrittelemällä ensimmäistä kertaa yhtiön julkisen palvelun tehtävät. Yleisradiolaki pakotti välillisesti lopulta myös siihen, että toimiluvanvaraisen kaupallisen yleisradiotoiminnan ehdot piti kirjata lakiin, mikä tapahtui viisi vuotta myöhemmin.

Rakennepoliittisessa mielessä kiinnostavaa on myös se, kuinka MTV ja Nokia käyttivät Kolmostelevisiota puskurina yleisradiotoiminnan liberalisoimiseksi. Tämän tutkimuksen perusteella toiminta oli jopa määrätietoista. Sekä MTV että Nokia näkivät Kolmostelevision poliittisesti realistisimmaksi väyläksi MTV:n omaan kanavaan. Se selittää myös yhtiöiden aloitteellisen roolin niin hankkeen käynnistämisessä kuin kanavajakoneuvotteluissa. Aiemmat tutkimukset ovat korostaneet sitä, kuinka Kolmostelevision myötä yleisradiopolitiikan strateginen aloite olisi siirtynyt Yleisradiolle.[8] Johtopäätöstä selittää näiden tutkimusten tapa tarkastella tapahtumia nimenomaan Yleisradion näkökulmasta. Tässä tutkimuksessa näkökulma on laveampi ja siksi myös tulos toinen: vaikka Kolmostelevisio ajoi myös Yleisradion etuja, vielä selvemmin kanava tuli täyttäneeksi MTV:n ja elinkeinoelämän pitkäaikaiset toiveet itsenäisestä kaupallisesta televisiokanavasta. Viime kädessä Kolmostelevisio tuli tehneeksi työtä sen puolesta, että kaupallinen televisio saisi strategisen aloitteen television kehityksessä.

Entä Kolmostelevision merkitys *taloudellisen pragmatismin* näkökulmasta? Jos yhtenäisjärjestelmän turvaaminen uhkaavia kilpailijoita vastaan oli yhtiön perustamisen strategis-poliittinen päätavoite, hankkeen taktis-käytännöllinen tavoite oli ratkaista Yleisradion ja MTV:n taloudelliset ongelmat. Pragmaattista hankkeessa oli juuri yritys vastata tilannekohtaiseen ongelmaan tavalla, josta koituisi paitsi pitkävaikutteisempaa myös välitöntä hyötyä. Koska Yleisradio ei halunnut tai voinut luovuttaa MTV:lle lisää parhaan katseluajan mainosaikaa, sitä varten perustettiin kokonainen uusi kanava. Näin ajateltiin lyödä kaksi kärpästä yhdellä iskulla: torjua kilpailijat ja lisätä mainostuottoja.

Taloudelliset hyötylaskelmat eivät valitettavasti toteutuneet ennakoidulla tavalla. Yleisradio ja MTV olivat perustelleet Kolmostelevision perustamista ja kilpailevan kandidaatin Kanava Kolmen torjumista sillä, että kilpailu pienillä markkinoilla hukkaisi vähäiset resurssit. Kun kävikin niin, että myös Kolmonen alkoi syödä MTV:n markkinoita, järjestelmää oli säädettävä. Niinpä kanavajakoratkaisua on pidettävä vieläkin pragmaattisempana toimena kuin Kolmostelevision perustamista: siinä, jos missä, päämotiivina oli raha. Vaikutin oli niin vahva, että kun oli käy-

nyt ilmeiseksi, ettei kaksi yhtiötä voisi kannattavasti toimia kolmannella kanavalla, Yleisradio tinki omista rakennepoliittisista periaatteistaan ja myöntyi MTV-konsernin johdolla toimivaan kaupalliseen televisioon. Ratkaisu oli helppo perustella parhain päin myös julkisuuteen: Yleisradion seikkailu mainosmaailmassa päättyisi, se saisi ohjelmiaan varten kaksi mainoskatkoista tyhjennettyä kanavaa, ja televisiojärjestelmä selkiytyisi yleisön kannalta. Näin pohjimmiltaan pragmaattinen hanke saatiin näyttämään julkisen palvelun kasvojenpesulta.

Kanavajakoratkaisulla pönkitettiin ensi sijassa MTV:n taloutta, vaikka sen uskottiin pitkällä aikavälillä koituvan myös Yleisradion hyväksi. Tosiasiassa Yleisradion kaupalliselta televisiolta saamat korvaukset jäivät vuosikausiksi junnaamaan paikoilleen. Ongelmistaan huolimatta Kolmostelevisio-hanke muutti Yleisradion asennetta mainontaan ratkaisevasti myönteisemmäksi – ja entistä pragmaattisemmaksi. Kanavajaon myötä perinteinen lähetysaikakorvaus sai myös yhteiskunnallisesti legitiimimmän ja määritysperusteiltaan selkeämmän olomuodon jakautuessaan verkkovuokraan ja julkisen palvelun maksuun. Toisaalta korvauksista sovittiin edelleen ainoastaan yhtiöiden keskinäisellä sopimuksella. Lainsäädäntöön ns. toimilupamaksu kirjattiin vasta 1998.[9]

Kolmostelevisiota on kuvattu kirjassa paraatiesimerkkinä *poliittisista kompromisseista*. Perustamisvaiheessa Yleisradio, MTV ja Nokia muodostivat poliittisessa mielessä vaikeasti vastustettavan kokoonpanon. Ne myös osasivat pohjustaa hankkeensa taitavasti hakemalla ymmärrystä niin oikealta kuin vasemmalta, niin elinkeinoelämästä kuin kulttuurijärjestöiltä. Edes päähallituspuolueiden puheenjohtajien vastustus ei onnistunut kaatamaan kanavaa. Viime kädessä kolmoskanavahanke hyväksyttiin, koska vastustajista huolimatta kaikissa puolueissa oli myös Kolmostelevision tukijoita. Erityisen ristiriitaiseksi tutkimuksessa on näytetty sosiaalidemokraattien ja keskustapuolueen rooli. Kompromissihakuisuudesta kertoo se, että valmistelussa toimilupaehtoihin lisättiin eri puolueiden vaatimia ehtoja, jotka koskivat esimerkiksi kanavan laajentumisvauhtia, kotimaisuusastetta ja vähemmistökielisten oikeuksia.

Kanavajakoneuvotteluiden suurimmat kompromissit tehtiin kuitenkin yleisradioyhtiöissä. Kiistojen jälkeen Yleisradiolle lopulta riitti, että toimilupa jäisi yksin sille ja että se lisäksi saisi julkisen palvelun tukimaksun ja säilyttäisi myös valvontavastuunsa yleisradiotoiminnassa. MTV puolestaan suostui toistaiseksi perääntymään toimilupavaatimuksestaan, saihan se Kolmostelevision tytäryhtiökseen ja käyttöönsä kokonaisen kanavan. MTV:n sitoutuminen kymmeneksi vuodeksi Yleisradion toimilupaan oli keino saada Yleisradion hallintoneuvoston sosiaalidemokraatit sopimuksen taakse. Sitoutuminen yhteistyöhön tosin unohtui heti kanavauudistuksen toteuduttua ja MTV:n jätettyä toimilupahakemuksensa vuoden 1993 alussa. Parissa kolmessa vuodessa oli syntynyt laaja poliittinen yksimielisyys siitä, että monopoliin perustunut television yhtenäisjärjestelmä voitaisiin vaihtaa

kilpailuun perustuvaksi rinnakkaisjärjestelmäksi. MTV:n toimiluvan myönsi Esko Ahon johtama porvarillinen hallitus, mutta vasemmistokaan ei kovin äänekkäästi vastustanut myöntämistä, koska vastapainoksi oli luvattu vahvistaa Yleisradion asemaa ja tehtävää.

Olen määritellyt *kulttuurisen protektionismin* tarkoittavan pyrkimystä varjella viestintäpoliittisin keinoin yleisöä ei-toivotuilta vaikutteilta. Perinteinen holhous, rajoitukset ja kiellot eivät kuitenkaan toimineet enää 1980-luvun liberalisoituvassa ilmapiirissä, vaan ulkomaisia ja kotimaisia kilpailijoita vastaan haluttiin suojautua myönteisin toimin. Siksi Kolmostelevisio-ratkaisun yhteydessä tähdennettiin kotimaisen ohjelmatuotannon ja sen tuotantorakenteen kehittämistä sekä ylipäänsä kotimaisen kulttuurin itseisarvoa. Olen kirjassa kyseenalaistanut tavoitteen vilpittömyyden. Kulttuuripoliittisia perusteluita käytettiin kuorrutuksena oikeuttamaan Yleisradion ja MTV:n rakennepoliittiset ja taloudelliset tavoitteet.

Ohjelmien kasvavaa kotimaisuusastetta koskeva määräys, samoin kuin velvoite käyttää itsenäisten kotimaisten tuotantoyhtiöiden palveluksia, kuitenkin kirjattiin kulttuurisen protektionismin ilmauksina Kolmostelevision perussopimukseen, josta ne siirtyivät sittemmin MTV3:n toimilupaan ja edelleen lainsäädäntöön. Näin nämä kansallisen ohjelmatoiminnan kehittämiseen tähdänneet tavoitteet ruumiillistuivat toimialan yleisiksi normeiksi. Samanlaisen aseman sai kaupalliselle televisiolle asetettu vaatimus tarjota laadukasta ja monipuolista ohjelmistoa. Vaikka nämä ohjelmatarjonnan alkuperään, laatuun ja tuotantotapaan liittyneet määräykset jäivät Suomessa väljiksi, niiden periaatteellista kulttuuripoliittista merkitystä ei ole syytä väheksyä. Tosiasiaksi jää, että Kolmostelevisio onnistui synnyttämään kymmenittäin pieniä itsenäisiä tuottajayhtiöitä ja lisäämään tuntuvasti kotimaisen ohjelmiston määrää.

Kolmostelevisiolle asetettujen viestintäpoliittisten tavoitteiden toteutuminen on tiivistetty taulukkoon 33. Se näyttää, että itse asiassa valtaosa tärkeimmistä päämääristä saavutettiin. Vain tavoite turvata Kolmoskanavan avulla Yleisradio-johtoinen yhtenäisjärjestelmä epäonnistui, koska toimialan liberalisointia oli kanavauudistuksen jälkeen enää vaikea estää. Kenties kolmoskanavaratkaisu kuitenkin pehmensi poliittisia paineita ja lopulta teki rakenteiden vapauttamisen helpommaksi. Myös eräät vähemmän keskeiset kulttuuripoliittiset tavoitteet, kuten ruotsinkielisen ohjelmiston lisääminen, eivät toteutuneet, mutta päätavoitteet, kotimaisen ohjelmatuotantorakenteen luominen ja kotimaisen ohjelmiston lisääminen, onnistuivat yli odotusten, ainakin määrällisesti. Ylimalkaan Kolmostelevisio viivytti ja hidasti monien pelättyjen viestintärakenteiden muutosten toteutumista Suomessa. Mainoskilpailu televisiossa alkoi vasta Nelosen myötä 1997 ja ulkomainen omistus yleistyi televisiotoiminnassa vasta 2000-luvulla, kun niin Yleisradion lähetysverkko kuin MTV siirtyivät ulkomaiseen omistukseen ja valtaosa Suomen ohjelmistotoimiluvista ajautui ulkomaisiin käsiin.

Taulukko 33 Kolmostelevision viestintäpoliittisten tavoitteiden toteutuminen

Tavoitetasot	Rakennepolitiikan korostus	Taloudellinen pragmatismi	Poliittiset kompromissit	Kulttuurinen protektionismi
Julkiset päätavoitteet	*Uustelevision torjunta:* Satelliitti- ja kaapelitelevision leviäminen hidastui	*Mainostulojen turvaaminen:* Yleisradion ja MTV:n mainostulot saatiin lopulta turvattua	*Valtakunnallisuus:* Kanava kasvoi valtakunnalliseksi kuudessa vuodessa	*Tuotantorakenteen monipuolistaminen:* Kanava synnytti itsenäisten tuotantoyhtiöiden toimialan
Ei-julkiset päätavoitteet	*Kilpailun torjunta:* Lehdistön pääsy toimialalle estettiin;Yleisradion ja MTV:n yksinoikeus jatkui vuoteen 1997	*Mainoskilpailun estäminen:* MTV:n yksinoikeus valtakunnalliseen tv-mainontaan jatkui vuoteen 1997	*Yhteisymmärrys järjestelmästä:* Tarve pitää kiinni yhtenäis-järjestelmästä päättyi vuoden 1993 kanava-uudistukseen	*Kotimaiset yhtiöt*: Yleisradiotoiminta saatiin pysymään kotimaisten yleisradioyhtiöiden käsissä toistaiseksi
Käytännölliset tavoitteet	*Yhtenäis-järjestelmä:* Pyrkimys pitäytyä yhtenäis-järjestelmässä ei lopulta toteutunut	*Alueelliset mainosmarkkinat:* Kolmostelevisio onnistui luomaan televisioon alueelliset mainosmarkkinat	*Ohjelmatarjonnan laajentaminen:* Tarjonta kasvoi määrällisesti, mutta kaikki kulttuuripoliittiset tavoitteet eivät toteutuneet	*Kotimaisuus:* Kotimainen ohjelmatuotanto lisääntyi televisiossa

Entä miten Kolmostelevision omistajien erityiset tavoitteet toteutuivat? Perustamalla kolmannen televisiokanavan Yleisradio ja MTV olivat halunneet vastata uustelevision haasteeseen ja lisätä mainostulojaan, kun taas Nokia oli halunnut Kolmostelevision kautta päästä hyötymään uustelevisiosta ja vahvistaa asemiaan maksu-tv-päätteiden kehittelyssä. Tällä *taktis-kilpailullisella tasolla* Yleisradio ja MTV olivat osin eri asialla kuin Nokia ja myös onnistuivat täyttämään tavoitteensa tätä paremmin. Samalla kun Kolmoskanava pysäytti kaapeli- ja satelliittikanavien kasvun, se viivästytti myös maksutelevision kehitystä Suomessa. Televisio paransi asemiaan mainosvälineenä paljolti Kolmosen ansiosta, joskin MTV pääsi hyötymään kasvusta vasta noustuaan Kolmostelevision pääomistajaksi. Nokia sen sijaan vetäytyi vähitellen kokonaan televisiolaiteliiketoiminnasta, vaikka epäonnistuminen kolmoskanavahankkeessa tuskin vaikutti sen ratkaisuihin. *Strategis-poliittisella tasolla* Yleisradio puolestaan oli uuden kanavan avulla halunnut turvata johtoasemansa ja television yhtenäisjärjestelmän, kun taas MTV ja Nokia olivat pyrkineet

murtamaan ne ja luomaan kaupallisen televisiokanavan, joka jossain vaiheessa jäisi MTV:n käsiin. Yleisradio onnistui korkeintaan hidastamaan hieman toimilupapolitiikan liberalisoitumista, kun taas nimenomaan MTV:n ja Nokian tavoitteet monopolin lakkauttamiseksi toteutuivat vuoden 1993 kanavauudistuksessa ja sen jälkeisessä kehityksessä. (Taulukko 34.)

Kaiken kaikkiaan Kolmoskanava ja sen työn jatkaja MTV3 vaikuttivat ratkaisevasti siihen, että Suomi 1990-luvun puolivälistä alkaen siirtyi viestintäpoliittisessa mielessä ratkaisuja hakevasta aikakaudesta sitä seuranneeseen kilpailun aikakauteen. Kilpailun ja yltäkylläisyyden aikakaudella valtiovallasta on tullut viestinnässä pikemminkin mahdollistaja kuin pelkkä määrääjä. Julkisen vallan rooliksi säätelijänä on muodostunut edellytysten luominen ja pelisääntöjen laatiminen – samalla kun viestintäpolitiikan ylimmäksi tavoitteeksi on nostettu kilpailun ja kuluttajien valinnanmahdollisuuksien lisääminen. Valvontaa ja säätelyä tarvitaan nyt varmistamaan, että markkinat toimisivat mahdollisimman avoimesti. Viestinnän rakenteiden vapautuessa myös viestintäpolitiikka on näin liberalisoitunut.

KAUPALLISEN TELEVISION SYNTY

Keskeinen väitteeni on ollut, että Kolmoskanava kaupallisti suomalaista televisiota ja oli suorastaan *kaupallistumisen keskeinen moottori*. Kaupallisen television päätehtävä on ansaita rahaa omistajilleen, mutta sen lisäksi olen kirjassa tarkastellut televisiotoiminnan kaupallisuuden astetta viiden muun keskeisen kriteerin – rahoituksen, omistuksen, säätelyn, ohjelmasisältöjen ja katselukulttuurin – kannalta. Miten Kolmosen kaupallisuus ilmeni sen tavoitteenasettelussa ja toiminnassa? Miten Kolmoskanava loi kaupallisen televisiotoiminnan perustaa ja edesauttoi MTV3:n syntymistä?

Pääasiasta ei ole kahta kysymystä: Kolmostelevision tehtävä oli *ansaita*, tuottaa voittoa. Voidakseen tuottaa rahaa Yleisradion ja MTV:n käyttöön kanavasta tehtiin tietoisen kaupallinen. Yhtiön kaupallisuus ei kuitenkaan ollut aivan puhdaspiirteistä, sillä osinkotulojen toivossa Kolmostelevisiota ei rakennettu. Alkuvaiheessa omistajien tarkoitus oli pikemminkin saada se tuottamaan edes siinä määrin, että se kykenisi rahoittamaan kolmannen televisioverkon rakentamisen. Pitkällä aikavälillä ja etenkin siirryttyään MTV:n omistukseen yhtiön odotettiin kasvattavan olennaisesti television mainostuloja. Yleisradio oli toivonut Kolmosen vähitellen kasvavan yleisradiotoiminnan rahoitusyhtiöksi. Pääomistajan vaihduttua ja mainosmyynnin vakiinnuttua Kolmostelevisiosta tuli joksikin aikaa suorastaan MTV-konsernin ainoa kasvava osa.

Rahoituksen suhteen yhtiö oli johdonmukaisemmin kaupallinen. Kolmostelevision oli määrä rahoittaa toimintansa mainosmyynnillä ja maksu-tv-tuloilla. Aluksi

Taulukko 34 **Yleisradion, MTV:n ja Nokian tavoitteiden toteutuminen Kolmostelevisio-hankkeessa**

Miksi yhtiöt lähtivät Kolmostelevisioon?	Yleisradion tavoitteet	MTV:n tavoitteet	Nokian tavoitteet
Taktis-kilpailulliset tavoitteet	Kamppailu uustelevision uhkaa vastaan onnistui: kaapelikanavien kasvu pysähtyi ja televisio paransi asemiaan mainosvälineenä, joskin MTV:n hyväksi mainosajan lisäys koitui vasta Kolmostelevision tultua sen tytäryhtiöksi		Pyrkimys hyötyä uustelevisiosta ja maksu-tv-päätteiden kehittelystä epäonnistui
Strategis-poliittiset tavoitteet	Yhtiön johtoasema ja Yleisradio-vetoinen yhtenäisjärjestelmä saivat jatkoaikaa vuoteen 1993 saakka	Pyrkimys horjuttaa Yleisradion monopolia ja liberalisoida yleisradiojärjestelmää toteutui: Yleisradio menetti toimilupamonopolinsa ja MTV sai oman kanavan 1993	

sen oli määrä keskittyä myymään alueellista mainosaikaa, mutta 1990-luvulle tultaessa myös valtakunnallinen mainonta löysi enenevästi sijansa Kolmoselta. Alun valtavista vaikeuksista huolimatta Kolmostelevisio onnistui valtaamaan sillanpääaseman mainosmarkkinoilla ja kääntämään tilinpäätöksensä voitolliseksi. Vaikka Suomen kansantalous kynti vuosikymmenen alussa syvällä laman syövereissä, television mainostulot eivät romahtaneet, vaan sen osuus mediamainonnasta kasvoi merkittävästi sanomalehtien kustannuksella. Tärkeä tekijä piili siinä, että Kolmostelevisio onnistui opettamaan suuret vähittäiskauppiaat alueellisen televisiomainonnan asiakkaiksi, mikä moninkertaisti mainostajien lukumäärän televisiossa. Väistämätöntä oli, että hintakilpailu aiheutti yhteenottoja sekä lehdistön että MTV:n kanssa. Mainosrahoitteisen television kiihkein kasvukausi, joka saavutti huippunsa laman väistyttyä 1990-luvun puolivälissä, oli kuitenkin paljolti Kolmostelevision ansiota. Ilman alueellisen ja valtakunnallisen mainonnan yhteispeliä, jota alettiin harjoitella Kolmoskanavalla, se ei olisi onnistunut.

Maksutelevisiotoiminnan käynnistämisessä Kolmostelevisio sen sijaan ei onnistunut. Sen seurauksena tilausmaksutuotot jäivät muutamien kaapelioperaattorien yksinoikeudeksi ja pysyivät mediatalouden kokonaisuuden kannalta marginaalisina. Kolmosen maksu-tv-suunnitelmat olivat aikaansa edellä ja näyttävät jälkikäteen tarkasteltuna optimistisilta. Ne törmäsivät sekä teknisiin ongelmiin että markkinoiden epävarmuuteen, minkä vuoksi riskialtista kokeilua ei käynnistetty. Kolmostelevisiosta ei koskaan tullut alan edelläkävijää Suomessa, vaan maksutelevision läpilyöntiä saatiin odotella 2000-luvun alkuvuosiin asti.

Omistuksen osalta Kolmostelevisio nimettiin jo johdannossa hybridiksi: valtiollisen Yleisradion ja kahden yksityisen osakeyhtiön, MTV:n ja Nokian, yhteisyritykseksi. Koska kukaan omistajista ei yhtiöjärjestykseen kirjatun tasapainopykälän perusteella päässyt yksin määräämään Kolmosen toiminnasta, yhtiö saattoi jossain määrin toteuttaa omaa tahtoaan ja toimia jopa omistajiensa etuja vastaan. Tilanne muuttui ratkaisevasti vuoden 1990 alusta alkaen, jolloin osake-enemmistö ja määräysvalta siirtyivät MTV:lle. Siitä alkaen Kolmostelevision paikka oli yksiselitteisesti kaupallisessa leirissä ja yhtiö alkoi toteuttaa yhä määrätietoisemmin MTV-konsernin laajentumisstrategiaa sekä palvella vain ja ainoastaan tulevan MTV3-kanavan rakennusalustana.

Sen jälkeen, kun kanavajaosta oli sovittu ja Nokia oli luopunut osakkeistaan, Yleisradion mahdollisuudet vaikuttaa Kolmostelevision asioihin vähenivät ratkaisevasti. Sen sijaan Yleisradio lujitti suhdettaan MTV:hen ostamalla kymmenen prosentin osuuden tämän osakekannasta. Näin se halusi yhtäältä valvoa etujaan ja toisaalta suojata MTV:tä sanomalehtien valtauspyrkimyksiltä. Tarjottu vähemmistöosakkuus MTV:ssä ei lehdistölle riittänyt: se halusi saada osansa tv-mainonnan kasvusta ja palauttaa hintajohtajuutensa. Aggressiivisen omistustaistelun päätyttyä sekä lehdistö että Yleisradio olivat nousseet MTV:n suurimpien osakkeenomistajien joukkoon, mikä teki yhtiöstä kilpailupoliittisen kummajaisen ja herätti keskustelun viestinnän keskittymisestä.

Aluksi Kolmosen toimintaa *säädeltiin* varsin tiukasti. Koko kanavan synty oli tiukan teknisen, rakenteellisen, poliittisen ja taloudellisen säätelyprosessin tulos, minkä seurauksena sen toimintaehdot näyttivät paperilla varsin ahtailta. Ensimmäistä kertaa Suomessa televisiokanavalle annettiin toimiluvassa viestintä- ja kulttuuripoliittisia ehtoja, jotka koskivat esimerkiksi kotimaisen ohjelmiston ja independent-tuotantojen osuutta. Kolmostelevision piti toiminnallaan vaikuttaa sekä tuotantorakenteen että televisio-ohjelmiston monipuolistumiseen.

Toiminnan käynnistyttyä ilmeni, etteivät määräykset suoranaisesti rajoittaneet yhtiön toimintamahdollisuuksia vaan pikemminkin paransivat niitä. Kotimaisuusvaatimus auttoi Kolmosen kasvua, sillä Suomessa televisiokanavan menestys on suoraan riippuvainen sen kotimaisen ohjelmiston suosiosta. Joutumalla käyttämään itsenäisiä tuottajia Kolmostelevisio puolestaan sai kiinteät kulunsa minimiin ja kustannusrakenteensa joustavaksi. Samalla yhtiö tuli osoittaneeksi, kuinka oma raskas tuotantokalusto, johon sekä Yleisradio että MTV perinteisesti nojasivat, ei ehkä toimisikaan tulevaisuudessa. Ainakin kaupallisessa televisiotoiminnassa – uutistuotantoa kenties lukuun ottamatta – Kolmostelevision esimerkin mukainen ulkoistettu tuotantomalli on osoittautunut kestävimmäksi. Vain julkisen palvelun puolella omatuotantoisilla draamoilla ja journalistisilla asiaohjelmilla on yhä tärkeä integriteettiä korostava tehtävä.



Kotona ruksattava Megavisa-kuponki edusti suomalaisen television varhaista vuorovaikutteisuutta. Voittaja saattoi voittaa auton, mutta käytännössä voitonmahdollisuudet olivat huonommat kuin lotossa.

Myös omistajat säätelivät kanavan toimintaa monin tavoin. Suoranaisia ohjelmatyyppejä koskevia kieltoja, jollaisia perinteisesti oli kohdistunut MTV:hen, Kolmosen perussopimukseen ei kuitenkaan sisältynyt, mutta esimerkiksi sen yrityksiä tuoda urheilua ruutuun seurattiin Yleisradiossa mustasukkaisesti. Kanavan ei annettu missään vaiheessa häiritä kummankaan yhtiön tärkeimpiä ohjelmapaikkoja, esimerkiksi Yleisradion pääuutislähetystä tai MTV:n katsotuimpia viihdeohjelmia ja sarjoja. Loppuvaiheessa Kolmosen toiminta alistettiin yhä selvemmin MTV3:n rakentamisen tarpeisiin.

Kolmosen *ohjelmisto* salli alkuvaiheessa yllättävän paljon eriskummallisia asia-, kulttuuri- ja muita pisteohjelmia, jotka saivat kanavan näyttämään ajoittain ”epäkaupalliselta”, puolittain julkisen palvelun kanavalta. Toisaalta ohjelmatarjonnan

rungon muodostivat alusta alkaen amerikkalaiset sarjafilmit, elokuvat, viihde ja urheilu, joten laatuelokuvat ja muut erikoisuudet olivat viime kädessä poikkeuksia säännöstä, rosoja kanavan muuten kaupallisessa brändissä. Alkuvuosien osin vakioimattomat ohjelmakaaviot ilmensivät Kolmosen "pakkorakoa": kanava joutui kilpailemaan itseään vahvempia vastaan, jolloin ainoa käytettävissä ollut strategia oli vastaohjelmointi – vaihtoehdon tarjoaminen. Suorasukaiseen rinnakkaisohjelmointiin, toisin sanoen pääkanavien aggressiiviseen haastamiseen samantyyppisillä ohjelmilla samaan aikaan, Kolmostelevisiolla ei ollut vielä mandaattia sen enempää omistajiltaan kuin yleisöltään. Siihen kanava oli vielä liian pieni.

Edes 1990-luvun alkuvuosina, jolloin Kolmosta jo varustettiin MTV3:ksi, kanavan ohjelmistoa ei vapautettu täysiveriseen kilpailuun, sillä MTV halusi yhä suojella omia ohjelmiaan TV1:ssä ja TV2:ssa. Sen sijaan, että kanava olisi keskittynyt kilpailemaan isompiensa kanssa, sen ohjelmiston rakentaminen keskittyi jopa aiempaa selvemmin sen omien vahvuuksien kehittämiseen. Vasta nyt viikoittainen ohjelmakaavio vakioitiin paaluttamalla siihen tontit lukuisille runko-ohjelmille (*Huomenta Suomi, Kauniit ja rohkeat, Megavisa, Seitsemän uutiset*). Samalla kun ohjelmistoon luotiin järjestystä horisontaalisella tasolla, viikosta toiseen, rakennettiin ohjelmistoa myös vertikaalisesti, kunkin päivän sisällä. Ohjelmarakenne monipuolistui, ja sen viihdepainotteisuudesta tingittiin, mutta vain sen verran kuin kanavan uskottavuus vaati. Yhdellä uutislähetyksellä, ihmisläheisellä aamuohjelmalla ja muutamilla palveluohjelmilla kolmannen kanavan kaupallinen ohjelmisto saatiin näyttämään täyden palvelun tavaratalolta. Suuren kanavauudistuksen aattona, syksyllä 1992, melkein kaikki oli jo saatavissa yhdellä kanavalla, Kolmosella.

Lopulta Kolmosen vaikutus television *yleisöön ja katselukulttuuriin* olikin suuri. Vaikka kanava joutui koko toimintansa ajan jarruttelemaan ollakseen ryöväämättä katsojia omistajiltaan, sen osuus television katselusta kasvoi lähes suoraviivaisesti, ja syksyllä 1992 sen suosituimmat ohjelmat saavuttivat viikoittain miljoonan katsojan rajan. Yhtäältä johdonmukaista suosion lisääntymistä selittää näkyvyysalueen jatkuva laajentuminen, mutta toisen tärkeän selityksen tarjoavat ohjelmiston vakioiminen ja kokeiluista luopuminen. Yksittäiset suosikkisarjat (*Hyvät herrat, Speden spelit, Megavisa, Kauniit ja rohkeat*), puhumattakaan uutislähetyksistä, formuloista ja elokuvaohjelmiston valtavirtaistamisesta, näyttävät vaikuttaneen ratkaisevasti siihen, että suuri yleisö löysi kanavan ja että se alkoi näyttää varteenotettavalta vaihtoehdolta pääkanavien rinnalla. Kanava tavoitti vuosi vuodelta suuremman joukon suomalaisia ja alkoi solmia katsojiensa kanssa sidettä, joka vähitellen kasvoi kanavauskollisuudeksi.

Vuoteen 1989 asti Kolmosen pyrkimys tavoitella nuorekasta edelläkävijäyleisöä oli jokseenkin vaistonvaraista. Kun yhtiö viimein liittyi tv-mittaritutkimuksen tilaajakuntaan, jokaisen ohjelman katsojakoostumuksesta saatiin uutta tietoa, joka edel-

leen auttoi sekä markkinointia että ohjelmistosuunnittelua. Samalla alkuperäinen kohderyhmähakuinen kanava alkoi muuttua massayleisöhakuiseksi. Viimeistään kanavauudistuksessa toteutui Kolmosen pikku hiljaa edistämä katselutottumusten mullistus, kun viihdepainotteisten ohjelmien suosio lisääntyi dramaattisesti faktapainotteisten kustannuksella. Katselutottumusten "kaupallistumisen" hedelmät sai sitten korjata MTV3. Kolmosen pysyväksi panokseksi suomalaisen televisionkatselun kehityksessä on nostettava parhaan katseluajan venyttäminen alkuillassa. *Kauniiden ja rohkeiden* ansiosta miljoona suomalaista katseli televisiota arkisin jo puoli kuudesta alkaen.

Viimeistään 1990-luvulla katsojaluvut alkoivat hallita suomalaista televisiokeskustelua. Kun nyt tiedetään tarkasti, kuinka monta ja millaista ihmistä kutakin ohjelmaa katselee, on katsojamääristä ja katsojaprofiileista tullut kaiken toiminnan mitta ainakin kaupallisilla kanavilla. Yleisradiokaan ei ole välttynyt mittariajattelun vaikutukselta, sillä vaikka se kuinka vakuuttaisi, ettei se ole riippuvainen katsojaluvuista, ohjelmien tekijät ja tilaajat vahtivat niitä vähintään salaa. Yleisradio tarvitsee suuria yleisöjä jo legitimiteettisyistä, oikeuttaakseen olemassaolonsa, ja iltapäivälehtien otsikot mittaavat niin kanavien onnistumiset kuin epäonnistumiset nimenomaan katsojamäärissä. Tämä ilmentää periksi antoa populaariuden pakolle, miltä mikään kulttuurielämän lohko ei ole välttynyt. Kirjailija Sofi Oksasen suurimmaksi ansioksi luetaan hänen painosmääränsä ja myyntitulonsa. Kotimainen elokuva, joka houkuttelee vain 20 000 katsojaa teattereihin, ei voi olla hyvä. Julkisuudessa suosio on paalutettu laadun merkiksi. Yleisön toiveiden tyydyttämisestä on tehty kuningaslaji.

Kaiken kaikkiaan kaupallisuus toteutui Kolmostelevision toiminnassa varsin johdonmukaisesti, mutta muutamin lievennyksin (taulukko 35). Julkisessa keskustelussa Kolmonen nähtiin alusta alkaen luonteeltaan kaupalliseksi televisiokanavaksi. Kaupallisuus tarkoitti näissä perustamisvaiheen tulkinnoissa lähinnä sitä, että kanava rahoitettiin mainoksilla ja sen ohjelmisto painottui viihteeseen, sarjafilmeihin, elokuviin ja urheiluun. Monet lehdistön ja kulttuuriväen kannanotot paheksuivat Yleisradion mukanaoloa hankkeessa, pelkäsivät Kolmosen viihteellistävän suomalaista televisiota sekä "tartuttavan" kaupallisuutensa myös Yleisradioon. Tämä paljasti, ettei suomalaista yleisradiokeskustelua vaivanneesta kaksoisstandardista ollut päästy eroon. Päinvastoin Yleisradiota ja kaupallista televisiota arvioitiin yhä erilaisin perustein. Yleisradio muodosti vallitsevan ihannoidun normin, kun taas MTV:tä ja Kolmostelevisiota pidettiin lähtökohtaisesti vähempiarvoisina. Kolmostelevisio edusti "toiseutta", jonka vaikutus televisionkatseluun ja -katsojiin nähtiin kielteiseksi.

Kolmostelevision käynnistyttyä kaksoisstandardissa alkoi kuitenkin ilmetä rakoilua. Kriitikot toki yhä arvostelivat kanavan ohjelmistoa, mutta muualla yhteis-

Taulukko 35 Kolmostelevision kaupallisuus eri kriteerien valossa

Kaupallisuuden kriteeri	Alkuvaihe (1986–1989)	Loppuvaihe (1990–1992)
Ansainta	Tuotettava rahaa kolmannen televisioverkon rakentamiseksi	Tuotettava rahaa MTV-konsernille sekä verkon rakentamiseksi
Rahoitus	Alueellinen mainonta; maksu-tv harkinnassa	Alueellinen ja valtakunnallinen mainonta
Omistus	Hybridi, mutta ilman Yleisradion määräysvaltaa	Hybridi, mutta MTV:n määräysvallassa
Säätely	Toimilupa ja perussopimus; ei lupa haastaa Yleisradiota ja MTV:tä	Toimilupa ja perussopimus; alisteinen MTV3:n rakentamiselle
Sisältö	Kaupallisen ja julkisen hybridi	Määrätietoinen kaupallinen kanava
Yleisö	Kohderyhmähakuinen	Massayleisöhakuinen

kunnassa yleistyi näkemys, että Kolmonen oli piristänyt kilpailua televisiotoiminnassa ja tuonut ruutuun jotain, mitä sieltä oli puuttunut. Kolmonen oli voittanut poliittista legitimiteettiä puolelleen, mistä kielivät esimerkiksi liikenneministerien kannanotot. Samalla alettiin vaatia, että Yleisradion tulisi vetäytyä kaupallisesta syrjähypystään. Kanavajakoneuvottelujen käynnistyessä 1980-luvun lopulla oltiin jo laajasti sitä mieltä, että lähitulevaisuudessa Kolmostelevision oikea paikka olisi pikemminkin MTV:n kuin Yleisradion rinnalla. Asennemuutos kertoi siitä, että kaupallinen televisio oli onnistunut lisäämään salonkikelpoisuuttaan. Se nähtiin yhä selvemmin paitsi Yleisradion rahoittajana myös sen tarpeellisena täydentäjänä ja oikeutettuna kilpailijana.

Syy – tai ansio – ei ollut yksin Kolmostelevision, mutta sen toiminta ja olemassaolo perustelivat ja kanavoivat ilmapiirin muutosta tehokkaasti. Vuoden 1989 kanavajakosopimus ja vuoden 1993 kanavauudistus lisäsivät kaupallisen television oikeutusta suomalaisessa viestintäjärjestelmässä käänteentekevästi. Kaupallisesta televisiosta tuli tasaveroinen toimija Yleisradion rinnalle.

MARKKINOITUMINEN JATKUU

Miten yllä kuvaamani viestintäpolitiikan ja yleisradiotoiminnan kehitys on vaikuttanut suomalaiseen viestintäjärjestelmään, jota olen luonnehtinut demokraattiseksi korporatismiksi?[10] Monet tutkijat ovat väittäneet viestintäjärjestelmämme liukuneen 2000-luvulla kohti liberaalia mallia, joka osittain hylkää demokraattisen korporatismin pyrkimyksen konsensuspohjaiseen julkiseen vastuuseen ja yhteiseen hyvään.[11] Kun kilpailusta ja konsumerismista on tullut viestintäjärjestelmän kehittämisen perusprinsiippejä ja kun markkinoista on tullut kaiken toiminnan kriteeri, koko järjestelmä on markkinoitunut.

Graham Murdockin mukaan yksi markkinoitumisen rintamista on se, miten *liiketaloudellisin periaattein* toimivat yritykset tunkeutuvat aiemmin liiketoiminnalta suojelluille alueille, kuten yleisradiotoimintaan.[12] Todisteita radikaalista muutoksesta televisiotoiminnassa on runsaasti. Vuonna 1980 lupamaksutulot muodostivat vielä kaksi kolmasosaa suomalaisesta yleisradiotaloudesta, mutta nyt mainostuotot ja maksutelevision tilausmaksut muodostavat yhdessä tuottojen enemmistön. Kun vuonna 1980 Yleisradio hallitsi kahdella kanavallaan koko televisiotoimintaa, nyt maanpäällisen televisioverkon runsaasta 30 kanavasta vain neljä kuuluu Yleisradiolle. Toimialarakenne on mullistunut, ja Yleisradion pääasialliset kilpailijat, MTV ja Sanoma Media, ovat kansainvälisesti toimivien suurten monimediayritysten omistuksessa. Yleisradio on joutunut luopumaan lähetysverkostaan, joka aiemmin oli sen tärkein monopolivara. Aloite ja valta yleisradiotoiminnassa ovat siirtyneet pysyvästi Yleisradiolta kaupallisille toimijoille. Markkinaperiaate leviää kaikkialle; julkiselle vallalle jätetään paikka vain siellä, missä sitä tarvitaan paikkaamaan markkinoiden epäonnistumisia.[13]

Toinen Murdockin nimeämä rintama, jolla markkinoituminen etenee, on *viestinnän säätely*. Viestintäpolitiikan hallitsevan paradigman onkin sanottu vaihtuneen kulttuuris-moraalisesta taloudellis-kaupalliseksi: teknisiin, taloudellisiin ja konsumeristisiin arvoihin perustuva ajattelutapa on korvannut median demokraattisia tehtäviä ja poliittista vastuuta korostaneen ajattelutavan.[14] Esimerkiksi Suomen digitalisointipolitiikassa korostui, kuinka kansalaisuuden, yhteisen hyvän ja julkisen palvelun sijaan perustaviksi arvoiksi nostettiin kuluttajien etu, avoimet markkinat ja vapaa kilpailu. Koska markkinoiden pieni koko kuitenkin on rajoittanut yleisön valinnanmahdollisuuksien kasvattamista, toimilupien jaossa on suosittu olemassa olevia televisiotoimijoita ja valtaosa toimiluvan saaneista kanavista on maksullisia. Toisaalta myös vapaasti katsottavien kanavien tusinaan noussutta määrää on pidettävä kohtalaisena. Television digitalisointi ei ole Suomessa tarkoittanut monipuolisempaa televisiota vaan – lisää televisiota. Markkinalähtöistä ajattelua korostaa myös se, että itse toimilupamääräyksissä ei kanaville ole asetettu juurikaan sisällöl-

lisiä velvollisuuksia. Lisäksi kaupalliset toimijat on vapautettu kokonaan toimilupamaksuista, mikä on tuonut merkittävän helpotuksen niiden asemaan.[15]

Kolmanneksi myös julkisia organisaatioita, kuten Yleisradiota, on alettu arvioida *markkinoiden toimivuuden* näkökulmasta. Yleisradion tehokkuutta alettiin valvoa jo 1980-luvulla, ja vaatimukset sen henkilökunnan pienentämiseksi ja tehtävän rajoittamiseksi ovat sen jälkeen vain yltyneet. Yleisradion ohjelmatuotantoa on enenevästi ulkoistettu ja sen johtamistapaa ulkopuolisine hallituksineen on suunnattu yritysmäiseen suuntaan. 2000-luvulla peräti neljä valtiollista työryhmää on asetettu pohtimaan Yleisradion rahoituksen, hallinnon ja tehtävänasettelun kolmiyhteyttä. Lisäksi kaupallinen mediateollisuus on käynyt kampanjaa, jossa Yleisradion valvontaan on vaadittu ”ulkopuolista” elintä, yhtiön rahoitus on haluttu siirtää valtion budjettiin ja sen julkisen palvelun tehtävää kaventaa. Kaupallisten toimijoiden mielestä Yleisradio häiritsee markkinoiden toimintaa. Kampanjaa näyttää motivoineen koko ajan kiristynyt kilpailu sekä mediateollisuuden halu lujittaa omaa asemaansa viestintämarkkinoiden mullistuksessa.[16]

Neljänneksi tapahtuneet muutokset on oikeutettu yleisellä *konsumerismin ideologialla*, joka pitää jokaista yksilöä markkinoilla toimivana suvereenina kuluttajana. Sen mukaisesti palvelut kilpailevat keskenään ja ovat maksullisia ja asiakkaalla on valta päättää, minkä valitsee. Kun kansalaiset muuttuvat asiakkaiksi, ”Yleisradio alkaakin näyttää yhä enemmän yhdeltä maksutelevision paketilta”.[17] Jopa eduskunnassa on kuultu ehdotus, jonka mukaan Yleisradion tv-kanavat tulisi muuttaa maksullisiksi. Tämän näkökannan mukaan vain niiden tulisi maksaa Yleisradion palveluksista, jotka noita palveluita käyttävät. Radion osuuden tämä ehdotus on sivuuttanut, samoin kuin sen tosiasian, että yleisradiotoiminnassa markkinamekanismi ei mitenkään voisi Suomen kaltaisessa maassa tyydyttää kaikkea kysyntää. Toisen esimerkin konsumerismin voittokulusta tarjoavat digitaalisen television toimiluvat, joita meillä on perusteltu pikemminkin kysyntä- kuin sisältöperusteisesti. Pääasiaksi on noussut toimintakelpoisten televisiomarkkinoiden luominen. Niinpä toimilupia on myönnetty lähinnä kaapeli- ja satelliittitelevisiosta tutuille, kaupallisesti koetelluille formaattikanaville, koska niiden on arveltu parhaiten herättävän kuluttajien kiinnostusta.[18]

Digitalisoinnin myötä yleisradiotoiminta astuikin epävarmalle maaperälle, riskien aikakauteen, kuten Jean Chalaby ja Glenn Segell ovat havainneet. Riskit ovat lisääntyneet jo yksin sen johdosta, että välineen tulevaisuus on muuttunut epävarmemmaksi ja useammat tekijät vaikuttavat siihen. Ulrich Beckin riskiyhteiskuntateorian mukaisesti muutos on teollisen yhteiskunnan perinteisten rakenteiden murtumisen seurausta. Riskit ovat systemaattisia tapoja kohdata modernisaation itsensä synnyttämiä uhkia, joita yleisradiotoiminnassa kohdataan koko ajan enemmän, koska kysynnän, kilpailun, säätelyn ja teknologian jatkuvat muutokset lisäävät

epävarmuustekijöiden määrää. Mitä enemmän valinnan mahdollisuuksia kuluttajille luodaan, sen todennäköisempää on, että valinnat ovat odottamattomia. Mitä enemmän kilpailua, sen suurempi riski jäädä kilpailussa toiseksi. Mitä tarmokkaammin viestinnän kehitystä yritetään säädellä, sen ilmeisempää on, että säännöt jäävät kehityksestä jälkeen. Mitä enemmän uusia tekniikoita sähköiseen viestintään esitellään, sen suurempi riski valita tappiolle jäävä standardi. Chalabyn ja Segellin mukaan epävarmuus on paitsi objektiivista myös ja ennen muuta subjektiivista. Niin teknologioiden kehittäjät, alan toimijat kuin yleisö pelkäävät tekevänsä jonkin kohtalokkaan erehdyksen.[19]

Ilmeistä kuitenkin on se, että television kaupallistuminen ja markkinoituminen eivät pysähdy ja että valtion rooli kehityksen ohjaajana pienenee. Digitaalisen television yltäkylläisyys suosii paitsi sen kansainvälistymistä myös ja nimenomaan maksullisten, jopa kertamaksulla toimivien, palveluiden lisääntymistä. Tämä kiihdyttää konsumerismia: yhä useammin tarjonta kohdennetaan kysytyimpien tuotteiden suuntaan ja mainonta entistä rajatummille kohderyhmille. Chalaby ja Segell kirjoittavat:

> Digitaalinen aikakausi ei ole katsojan aikakausi, vaan tilaaja-kuluttajan aikakausi. Selvemmin kuin koskaan katsojia lähestytään kuluttajina, mikä suuntaa television ja sen sisällön yhä suurempaan konsumerismiin.[20]

Televisionkatselun yksilöllistymistä juhlitaan nyt jälkimodernin yhteiskunnan voittona kollektivismin pakkopaidasta. Todellisuudessa yleisö kuitenkin kaipaa kipeimmin ohjelmia, joiden välityksellä se voi paitsi saada kaikkia koskettavia tietoja myös kokea yhteisiä tunteita ja jakaa kokemuksia: polttavimpia uutisia, yhteisiä viihdeohjelmia, parasta draamaa. Yleisradiotelevision katsojahuiput koetaan edelleen silloin, kun suomalaiset haluavat ihailla iltapukuja Linnan juhlissa, tietää, miksi nuori mies ampuu uusimaalaisen taajaman koulussa useita tovereitaan kuoliaaksi, tai kun Suomi voittaa jääkiekon loppuottelussa Ruotsin.

Taloustieteessä puhutaan paljon markkinoiden epäonnistumisesta (*market failure*). Sillä tarkoitetaan tilannetta, jossa markkinat eivät kykene tyydyttämään olemassa olevaa kysyntää, mikä voi olla seurausta esimerkiksi markkinan pienuudesta. Riskiyhteiskunnan teorian näkökulmasta voitaisiin puhua myös väistämättömästä *markkinoitumisen epäonnistumisesta*: markkinoituminen ei ratkaise ongelmia vaan synnyttää uusia. Mitä pidemmälle markkinoituminen etenee, sen selvemmäksi käy, että tarvitaan palveluita, jotka tuotetaan markkinamekanismin ulkopuolella. Mitä laajemman alan yksilöllisyydeksi naamioitu konsumerismi valtaa, sen enemmän tarvitaan sosiaalista koheesiota. Tarvitaan ohjelmia, palveluita ja kanavia, jotka yhdistävät ryhmiä, yhteisöjä ja koko yhteiskuntaa. Yleisradiotoimintaan tämä pätee eritoten.

VIITTEET

Johdanto

1 Sakari Kiuru, Toimintamme tehokkuus ja uudet avaukset selvitystyön kohteita, Katsaus Yleisradion hallintoneuvostolle, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/31.5.1985, liite 42 (YLEA).
2 Yle ja Mtv puuhaavat kolmatta tv-kanavaa yhteistyönä, *Helsingin Sanomat* 31.5.1985.
3 Tänään täydeltä laidalta (ilmoitus), *Helsingin Sanomat* 1.9.1987.
4 Ks. Lyytinen 2006.
5 Anderzén pitää kanavaa tarpeettomana, *Helsingin Sanomat* 9.11.1985.
6 Ruoho 2004. Ks. myös Elfving 2008; Hellman 2009; Keinonen 2011.
7 Heikki Hellman, Kolmos mies, *Helsingin Sanomat* 6.4.1986.
8 Heikki Hellman, Pikkukolmonen, *Helsingin Sanomat* 6.4.1986.
9 Heikki Hellman, Kuviopujottelua, kanavakelluntaa, *Helsingin Sanomat* 7.6.1986.
10 Ks. Lukkarinen & Nurmimaa 1988; Salokangas 1996; Keinonen 2011.
11 Ks. Salokangas 1996
12 Ks. Lukkarinen & Nurmimaa 1988; Hanski 2001; Tuuri 2007.
13 Ks. Lyytinen 2006; Kortti 2003.
14 Ks. Salmi 1997; Elfving 2008; Kortti 2007a, Pajala 2006; Nikunen 2005.
15 Ks. Wiio 2007.
16 Ks. esim. Hellman & Sauri 1988; Hellman 1999a; Aslama 2007.
17 Ks. esim. Hujanen 1993; Ruoho 2001; Pernaa 2009.
18 Keinonen 2005; ks. myös Keinonen 2011.
19 Salokangas 2005.
20 Ks. Keinonen 2011.
21 Ks. Lyytinen 2006.
22 Ks. Syvertsen 1997; Ewertsson 2005.
23 Ks. Ellis 2002.
24 Hellman 1988.
25 DigiTV:Kanavat,http://www.digitv.fi/sivu.asp?path=1;2999 (luettu 1.8.2011).
26 Kortti 2007a. Ks. myös Kortti & Mähönen 2009.
27 Keinonen 2008, 130.
28 Kortti 2003. Sponsoroinnin lähisukulainen rahoitustapana on koko ajan lisääntyvä tuotesijoittelu.
29 Lausunto Yleisradio Oy:n julkista palvelua ja rahoitusta selvittävän työryhmän ehdotuksista, Viestinnän Keskusliitto 11.6.2009, http://www.vkl.fi/files/596/090611Yleisradiolaki.pdf (luettu 18.10.2009). Vrt. myös Ang 1991; Hellman 1999b.
30 Ks. esim. Williams 1974; Hellman 1999a; Aslama 2008.
31 Ks. Mikko Niemelä, Viihdettä tulee nyt kaikilta kanavilta, *Helsingin Sanomat* 20.4.2009. Laskelmassa on otettu huomioon vain kunkin ohjelman katsotuin lähetys. Vrt. Jääsaari 1996.
32 Keinonen 2011.
33 Esim. Hellman 1988, 1996, 1999a, 1999b, 2008, 2010a ja 2010b; ks. myös Aslama ym. 2004 ja 2005.
34 Ks. esim. Kivikuru 1998; Nieminen & Pantti 2004.
35 Freedman 2008, 10–13. Ks. myös Tjernström 2007, 88–89.
36 Ks. esim. Garnham 2000, 48.
37 Vrt. Hallin & Mancini 2004; Nieminen & Pantti 2004.
38 Ks. esim. Humphreys 1996; Hallin & Mancini 2004; van Cuilenburg & McQuail 2003.
39 Ks. Silvo 1988; Mäntymäki 2006.
40 Ks. Salokangas 1996; Soramäki 1990; Wiio 1998. Ks. myös Viljakainen 2004.
41 Ks. esim. Hellman 1988 ja 1999a; Soramäki 1990; Salokangas 1996; Lowe & Alm 1997; Wiio 1998. Kulisseissa käytyjä keskusteluja on valottanut Sakari Kiuru muistelmissaan. Ks. Kiuru 1992 ja 2010. Lisäksi Kolmostelevisiosta on ilmestynyt ainakin kolme alempaa opinnäytettä. Ks. Pankka 1990; Hoffrén 1993; Laukkanen 2006.
42 Kolmostelevision hallituksen pöytäkirjat vuosilta 1985–89 ovat kokonaan kateissa, samoin MTV:n hallituksen pöytäkirjat vuodelta 1985.
43 Elinkeinoelämän keskusarkistosta ELKAsta löytyi kuitenkin muutamia Nokian toimia koskevia dokumentteja.
44 Vrt. Alasuutari 1993; Eskola & Suoranta 2008; Scott 1990.

45 Vrt. Pajala 2006; Elfving 2008; Keinonen 2011.
46 Alasuutari 1993 ja 1995; Eskola & Suoranta 2008; Hirsjärvi & Hurme 2000.
47 Samaa aineistoa käytin jo väitöskirjassani. Ks. Hellman 1999b.
48 Eskola & Suoranta 2008; Laine ym. 2007; Jankowski & Wester 1991.
49 Risto Lindstedt, Tässä nurkassa muhii mellakkakanava, *Suomen Kuvalehti* 34/1986; Kolmoskanavan nimi kuuluukin ilmastointifirmalle, *Ilta-Sanomat* 4.12.1986.

I Televisio suomalaisessa viestintäpolitiikassa

1 Hallin & Mancini 2004.
2 Traquina 1995.
3 Hallin & Mancini 2004, 68.
4 Lund & Berg 2009, 20.
5 Herkman 2010; Moring 2008; Strömbäck ym. 2008.
6 Hallin & Mancini 2004, 164.
7 Ks. esim. Freedman 2008; Lund 2007; Ørsten ym. 2008.
8 Hallin & Mancini 2004, 30–32. Ks. myös. Humphreys 1996, 155–158.
9 Yleisradiolain muutosta pohjustanut kansanedustaja Mika Lintilän (kesk) johtama parlamentaarinen työryhmä piti nykyistä hallintoneuvostoa riittävänä valvontaelimenä. Ks. *Yleisradio Oy:n julkinen palvelu ja rahoitus* (Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 23/2009). Silloisen hallituksen viestintäministeri Suvi Lindén (kok) ei kuitenkaan antanut lakiesitystä, vaan vaati "riippumatonta valvontaelintä". Poliittisten erimielisyyksien seurauksena koko uudistus siirtyi kesäkuussa 2011 muodostetulle Jyrki Kataisen hallitukselle. Ks. Hellman 2010b; Nieminen 2009.
10 Herkman 2009b, 76.
11 Hallin & Mancini 2004, 12, 251–252.
12 Herkman 2009b, 77–86. Ks. myös Hellman 2010a; Herkman 2010 ja 2011; Nieminen 2009.
13 Hujanen 1991; Kontukoski 2009.
14 Humphreys 1996; Collins 1994.
15 Humphreys 1996; Negrine & Papathanassapoulos 1990; Soramäki 2004.
16 Soramäki 2004, 139.
17 Esim. Coppens & Sayes 2006; Harrison & Woods 2001; Hellman 2010b.
18 Hellman 2010a; Jääsaari 2007.
19 Nieminen & Pantti 2004; van Cuilenburg & McQuail 2003.
20 Aslama 2008, 91–94; Jakubowicz 2007; Murdock 2004.
21 Lowe ym. 2011; Puppis 2009.
22 Esim. Collins ym. 1988; Owen & Wildman 1992; Picard 2011.
23 Berg 2011, 70–77; Lowe ym. 2011, 40; Puppis 2009, 13.
24 Puppis ym. 2009, 107.
25 Lowe ym. 2011, 34–36; Lund & Berg 2009, 35; Puppis 2009, 14.
26 Syrjälä 2009.
27 Moring 2007, 100.
28 Hellman 2008 ja 2010a.
29 Markkinoiden epäonnistumisen käsitteestä, ks. esim. Collins 1998.
30 Hellman 2008, 86. Esimerkiksi syksyllä 2008 Kilpailuvirasto asetti tarkkoja ehtoja sille, että ruotsalaisen Bonnier-konsernin TV4 AB (jonka sisaryritys Suomen MTV Oy on) sai ostaa C More Group AB:n (Canal+-kanavien omistajan). Ehdot asetettiin, koska syntyvälle kymmenien televisiokanavien keskittymälle olisi syntynyt kilpailua ehkäisevä määräävä asema maksullisten televisiopalveluiden tukkumarkkinoilla. Ks. Yrityskaupan hyväksyminen ehdollisena: TV4 AB / C More Entertainment AB, Kilpailuvirasto 27.11.2008 (579/81/2008).
31 Lena Sandell ja Anna-Leena Lamberg, *Television katselu Suomessa 2009* (Finnpanel 3.2.2010), http://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2010.pdf (luettu 20.4.2010).
32 Hellman 1988.
33 Soramäki 1990, 23; Hellman 1988, 75–76.
34 Noam 1991, 214–215.
35 Hellman 1999a; Kiuru 1992; Salokangas 1996; Soramäki 1990 ja 1994; Wiio 1998.
36 Silvo 1988, 2–6. Myös Silvo nojaa viestintäpolitiikan laajaan tulkintaan.
37 Silvo 1988, 57–58.
38 Hellman 1999a.
39 *Yleisradion strategiaselvitys: Radio ja televisio 2010* (Liikenneministeriön julkaisuja 45/1995), 17.
40 *Yleisradion strategiaselvitys: Radio ja televisio 2010* (Liikenneministeriön julkaisuja 45/1995), 35–36.
41 Vrt. van Cuilenburg & McQuail 2003.
42 Laki televisio- ja radiotoiminnasta, 744/1998; Viestintämarkkinalaki, 393/2003.
43 Hellman 2008 ja 2010a; Jääsaari 2007.
44 Jääsaari 2007, 172–175.
45 Nieminen 2009.
46 Alasuutari 1996, 245–247.
47 Alasuutari 2004, 8.
48 Silvo 1988, 148–152. Ks. myös Soramäki 1988b.
49 Silvo 1988, 64–69.
50 Laki radiolaitteista, 8/1927, 1 §; Asetus radiolaitteista, 9/1927.
51 Yksityiset lähetysasemat siirtyivät Yleisradion omistukseen vuoden 1934 radioyhtiölailla. Ks. Jyränki 1969; Laki valtioneuvoston oikeudesta luovuttaa yleisradiotoimintaa varten hankittu omaisuus osakeyhtiölle, 216/1934.

52 Jyränki 1969, 38–39; Keinonen 2011, 57–61; Tekniikan edistämissäätiön toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen, 12.12.1963, VnP 3643/733/63.

53 Jyränki 1969, 36; Keinonen 2011, 59–60; Lukkarinen & Nurmimaa 1988, 85–88; Salokangas 1996, 18–20; Sisättö 1981, 33.

54 *Yleisradiolainsäädäntökomitean mietintö* (KM 1960:5), 25, 32 ja 54.

55 *Yleisradiolainsäädäntökomitean mietintö* (KM 1960:5), 20–22 ja 70–78. Myös akateeminen maailma jakautui leireiksi jo tuolloisessa viestintäpoliittisessa keskustelussa. Ks. esim. Kastari 1960; Merikoski 1955.

56 Hallituksen esitys yleisradiolainsäädännöksi, HE 25/1960 vp., 1–2.

57 Keinonen 2011, 69–71; Kulmanen 1991, 31–32; Lukkarinen & Nurmimaa 1988, 62–63; Salokangas 1996, 18–19.

58 Perustuslakivaliokunnan lausunto, PeVL 8/1961 (HE 25/1960 vp.).

59 Kulmanen 1991, 33; Tulppo 1976, 242.

60 Tampereella Tesvisiolla oli kumppanina ohjelmayhtiö Tamvisio.

61 Keinonen 2011, 81–87; Lukkarinen & Nurmimaa 1988, 130–154; Salokangas 1996, 139–147.

62 Salokangas 1996, 109; Sisättö 1981, 34.

63 Salokangas 1996, 137. Ks. myös Keinonen 2011, 53–54.

64 Hanski 2001, 61–62; Keinonen 2011, 53–55; Salokangas 1996, 117–125.

65 Yleisradion toimilupa ääniradio- ja televisiotoiminnan harjoittamiseen, 31.12.1963, VnP 3643/733/63.

66 Hanski 2001, 206; Keinonen 2011, 83; Kortti 2003, 134–137; Salokangas 1996, 143–147.

67 *Joukkoviestintätilasto* 1990, 152; Salokangas 1996, 135–139.

68 Hanski 2001, 183.

69 Hanski 2001, 201–202; Salokangas 1996, 156–178 ja 202. Ks. myös *Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstö* 1967; Repo ym. 1967; Stormbom 1969.

70 Hanski 2001, 190–202 ja 205; Sisättö 1981, 62.

71 *Radioasetuskomitean mietintö* (KM 1967:A6), 9 ja 16; *Radiolainsäädännön uusimistoimikunnan mietintö* (KM 1971:A3), 17–19, 23 ja 30. Ks. myös Kulmanen 1991, 35–39; Lyytinen 2001, 31.

72 Kulkulaitosten ja yleisten töiden ministeriön nimi muuttui 1970 liikenneministeriöksi ja 2000 liikenne- ja viestintäministeriöksi.

73 Ehdotus Hallituksen esitykseksi Eduskunnalle laeiksi radiolaista, yleisradiotoiminnasta, Yleisradiosta, yleisradiomaksuista ja kaapelilähetystoiminnasta sekä laeiksi valtiopäiväjärjestyksen ja Oy Yleisradio Ab -nimisen yhtiön verovapaudesta annetun lain muuttamisesta, 7.12.1973 (Liikenneministeriö), 12–13 ja 18–20. Ks. myös Kulmanen 1991, 39–42.

74 Komitean jäseniä olivat niin liberalisoinnin edistäjinä tunnetut professorit Osmo A. Wiio ja Martti Tiuri kuin sen vastustajiksi katsotut professorit Antero Jyränki ja Kaarle Nordenstreng.

75 *Viestintäpoliittisen komitean V osamietintö* (KM 1974:79), 8–10 ja 15–17.

76 *Viestintäpoliittisen komitean V osamietintö* (KM 1974:79), Pauli Henrikssonin, Carl Fredrik Sandelinin, Risto Suhosen, Martti Tiurin ja Osmo A. Wiion eriävä mielipide, 11–14 ja 16–17.

77 *Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi* (KM 1984:7), 112–122. Eriävässä mielipiteessään kokoomuksen Ritva Laurila ja Veikko Tavastila vaativat MTV:lle omaa toimilupaa. Ks. myös Kulmanen 1991, 46–53.

78 Ks. *Radio- ja televisiokomitean II osamietintö: Uutistoiminnan järjestäminen* (KM 1980: 48).

79 *Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi* (KM 1984:7), 116.

80 Lyytinen 2006, 11.

81 Hanski 2001, 248. Hanski oli puhunut Mainos-TV:n omista uutisista jo 1960-luvulla. Ks. Hanski 2001, 88.

82 Lyytinen 2006, 28–31. Ks. myös *Esitys MTV:n uutislähetysten aloittamisesta* 1977.

83 Hanski 2001, 251–253; Lyytinen 2006, 35–42 ja 114–116; Salokangas 1996, 318–319.

84 Lyytinen 2006, 44–52 ja 70–78; Tarkka 2002, 128–133.

85 Viljakainen 2004, 152.

86 *Radiolainsäädännön uusimistoimikunnan mietintö* (KM 1971:A3), 39; *Viestintäpoliittisen komitean V osamietintö* (KM 1974:79), 20–21; Ehdotus Hallituksen esitykseksi Eduskunnalle radiolaista, yleisradiotoiminnasta, Yleisradiosta, yleisradiomaksuista ja kaapelilähetystoiminnasta sekä laeiksi valtiopäiväjärjestyksen ja Oy Yleisradio Ab -nimisen yhtiön verovapaudesta annetun lain muuttamisesta, 7.12.1973 (Liikenneministeriö), 25–26.

87 *Radio- ja televisiokomitean III osamietintö: Kaapelitelevisiotoimintaa koskeva lainsäädäntö* (KM 1981:46), 51–53 ja 60.

88 Laki kaapelilähetystoiminnasta (307/1987), 4 ja 11 §; Hallituksen esitys laiksi kaapelilähetystoiminnasta (HE 108/1985 vp.). Ks. myös Kulmanen 1991.

89 Hellman 1988, 52–54.

90 Kosonen 1988, 2–3.

91 *Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi* (KM 1984:7), 116–123.

92 Ala-Fossi 2006, 22–24; Kontukoski 2009, 145–146; Mäntylä 1990, 59–62.

93 Hujanen 1991. Ks. myös Kontukoski 2009.

94 Ks. esim. Ala-Fossi 2006; Kurkela & Uimonen 2009; Uimonen 2010.

95 Hellman 2008 ja 2010a.
96 Ks. myös Keinonen 2011, 49–57.
97 Lainaus Salokangas 1996, 111.
98 Salokangas 1996, 109–118; Sisättö 1981, 42–48.
99 Raatikainen 1980, 190; Kiuru 1992, 174.
100 Hanski 2001, 52–59.
101 Salokangas 1996, 148.
102 Keinonen 2011, 64–69 ja 74–75; Sisättö 1981, 50–51.
103 Kastari 1960, 98.
104 *Yleisradiolainsäädäntökomitean mietintö* (KM 1960:5), 42.
105 Keinonen 2011, 49.
106 Kortti 2003, 125.
107 Salokangas 1996, 136. Kustannetuista ohjelmista luovuttiin vuoden 1966 alusta. Ks. Kortti 2003, 33–35 ja 39.
108 Keinonen 2011, 64–74.
109 Ahmavaara ym. 1968, 16–18.
110 Ahmavaara ym. 1968, 19 ja 46.
111 Stormbom 1969, 75–78.
112 Stormbom 1969, 79; *Radiolainsäädännön uusimistoimikunnan mietintö* (KM 1971:A3), 29.
113 Esim. *Radiolainsäädännön uusimistoimikunnan mietintö* (KM 1971:A3), 58; *Viestintäpoliittisen komitean V osamietintö* (KM 1974:79), Pauli Henrikssonin ym. eriävä mielipide, 17.
114 Kosonen 1988, 7–8.
115 *Radio- ja televisiokomitean III osamietintö: Uutistoiminnan järjestäminen* (KM 1980:48), 54.
116 Hallituksen esitys laiksi kaapelilähetystoiminnasta, 16; Laki kaapelilähetystoiminnasta, 10 §.
117 *Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi* (KM 1984:7), 123.
118 Kontukoski 2009, 160.
119 Esim. Katz & Mair 1994; Lijphart 1999; Wiberg 2006, 16–18. Ks. myös Herkman 2011, 47.
120 Katzenstein 1985, 88.
121 Hallin & Mancini 2004, 191.
122 Nousiainen 1998, 90–114.
123 Salokangas 1996, 136.
124 Hanski 2001, 67; Keinonen 2011, 64–69 ja 142–143.
125 Vrt. Salokangas 1996, 18–19.
126 Kortti 2003, 141–145.
127 Hemánus 1972, 165–166.
128 Silvo 1988, 119.
129 Kulmanen 1991, 47–48.
130 *Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi* (KM 1984:7), 112–124.
131 *Radio- ja televisiokomitean II osamietintö: Uutistoiminnan järjestäminen* (KM 1980:48), 53.
132 Hallin & Mancini 2004.
133 Salokangas 1996, 365. Ks. myös Viljakainen 2004, 162–165; *Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi* (KM 1984:7), Ritva Laurilan ja Veikko Tavastilan sekä Antero Jyrängin ja Toivo Pohjosen eriävät mielipiteet.
134 Hujanen 1991, 44.
135 *Radio- ja televisiokomitean III osamietintö: Kaapelitelevisiotoimintaa koskeva lainsäädäntö* (KM 1981:46), 51.
136 Isaksson 1990.
137 Isaksson 1990, 22.
138 Salokangas 1996, 320.
139 Jyränki 1969, 93–101.
140 Laki valtioneuvoston oikeudesta luovuttaa yleisradiotoimintaa varten valtiolle hankittu omaisuus osakeyhtiölle, muutos 774/1948, 4 §; Laki televisio- ja radiotoiminnasta, 744/1998, 35 §.
141 Hellman 1999a, 140.
142 Salokangas 1996, 20–21.
143 Salokangas 1996, 345.
144 Kiuru 1992, 51.
145 Laki Yleisradio Oy:stä, 1380/1993, 6 §. Pykälä korjattu nykyiseen muotoonsa vuonna 2005 tehdyllä lainmuutoksella. Ks. Laki Yleisradio Oy:stä annetun lain muuttamisesta, 635/2005, 6 §.
146 Salokangas 1996, 21 ja 347.
147 Salokangas 1996, 346–348.
148 Alasuutari 2004, 7. Ks. myös Alasuutari 1996.
149 Alasuutari 1996, 245–247.
150 Silvo 1988.
151 Vrt. Hellman 2008 ja 2010a; Jääsaari 2007.
152 Alasuutari 1996, 209.
153 Yleisradion toimilupa, 22.12.1971, VNp 2072/33/71. Määräys säilyi samanlaisena läpi koko televisioaikakauden aina vuoden 1994 alkuun, jolloin Yleisradion toiminta lakkasi perustumasta toimilupaan.
154 Williams 1968.
155 Lainaus Salokangas 1996, 118.
156 *Yleisradiolainsäädäntökomitean mietintö* (KM 1960:5), 42. Ks. myös Ragnar Meinanderin, Einar Sundströmin ja Onni Toivosen eriävä mielipide.
157 Heiskanen 1981; Peltonen 1996.
158 Aslama ym. 2007.
159 Esim. Viljakainen 2008.
160 Heiskanen 1981, 155.
161 *Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstö* 1967, 1.
162 Ks. myös Hujanen 1995; Kemppainen 2009, 104–115; Salokangas 1996, 246.
163 *Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstö* 1967, 2–3.
164 Ahmavaara ym. 1968, 13.
165 Ruoho 2004, 108. Ks. myös Ruoho 2001.
166 Ks. myös Elfving 2008; Hellman 2009.
167 Harms ym. 1970, 188–189.
168 Salokangas 1996, 249.
169 *Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstö* 1972, 2–3.

170 Heiskanen 1981, 157.
171 *Viestintäpoliittisen komitean V osamietintö* (KM 1974:79), 8–11. Ks. myös Pauli Henrikssonin ym. eriävä mielipide.
172 Keinonen 2011, 193–195; Ruoho 2001, 210–211.
173 *Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi* (KM 1984:7), 143.
174 Hallituksen esitys laiksi kaapelilähetystoiminnasta, HE 108/1985 vp., 10 §.
175 Liikennevaliokunnan mietintö, LiVM 6/1986 (HE 108/1986 vp. ja HE 6/1986 vp.), 5–6; Laki kaapelilähetystoiminnasta, 307/1987, 10 §.
176 Laki video- ja muiden kuvaohjelmien tarkastamisesta, 697/1987, 3 §.
177 Soramäki 1988a, 69–73.
178 *Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstö* 1972, 13; Tauno Äijälä, sähköpostitiedonanto 28.11.2011.
179 Soramäki 1988a, 72–73.

II Kolmostelevision lupaus 1984–1986

1 Ellis 2002, 39 ja 61.
2 Kortti 2007a.
3 Kortti 2007a, 362–364. Vrt. Aslama ym. 2007, 60–61; Hellman 2008 ja 2010a.
4 Hellman 1988.
5 Hellman 1988, 20–25 ja 1999a, 126–131; Kortti 2007a, 142–171; Nikunen 2005, 67–90; Wiio 1998, 64–65.
6 Heiskanen 1986; Kasari 1885; Tukiainen 1988.
7 Heiskanen 1985, 211.
8 Toiminta- ja taloussuunnitelma 1984/85–1988/89, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 4/16.3.1984, liite 20 (YLEA).
9 Toiminta- ja taloussuunnitelma 1985/86–1989/90, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 3/22.3.1985, liite 22 (YLEA).
10 Kasari 1993, 51–54; Sinkko 1981, 100–102. Tv-mittaritutkimuksen kolmas tilaaja oli Mainostoimistojen Liitto.
11 Hellman 1999a, 208–209. Tv-lehti *Katso* alkoi julkaista katsotuimpien ohjelmien listoja 1987.
12 Jääsaari 1996. Ks. myös Hellman 1999a, 236–241.
13 Annala 2006, 103; Kortti 2007a; 169–189; Kurkela & Uimonen 2009; Saarenmaa 2011.
14 Esim. Jussila ym. 2004, 320–324; Paavonen 2005, 238–240; Seppinen 2008, 431–443.
15 *Kilpailu- ja hintakomitean mietintö* (KM 1987:4), 1.
16 Alasuutari 2004, 10–11; Häikiö 1998, 91–122; Patomäki 2007, 68–76.
17 Jussila ym. 2004, 314–319; Seppinen 2008, 412–424; Wiberg 2006, 30–31.
18 Jussila ym. 2004, 320–324; Seppinen 2008, 448–459; Wiberg 2006, 30–31.
19 Kiuru 1992, 122–129; Lyytinen 2006, 142–144; Pernaa 2009, 236–256; Salokangas 1996, 358–361. Ks. myös Pernaa 2007.
20 Lainaus Uimonen 2011, 105.
21 Kiuru 1992, 144–148; Pernaa 2009, 256–261; Timonen 1987, 91–121; Uimonen 2011, 103–111.
22 Viljakainen 1995 ja 2001.
23 Viestintäpoliittinen ohjelma, Kokoomuksen puoluevaltuuston ptk 17.4.1985, liite 6 (PTA); Kokoomuksen puoluehallituksen ptk 9/22.5.1985, liite 5 (PTA); Kokoomuksen puoluehallituksen ptk 12/19.6.1985, liite 2 (PTA). Ks. myös *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 81–89.
24 Kokoomuksen puoluehallituksen ptk 9/22.5.1985, liite 5 (PTA); Kokoomuksen puoluehallituksen ptk 12/19.6.1985, liite 2 (PTA).
25 Keskustapuolueen puoluevaltuuskunnan ptk 20.–21.4.1974, liite 7 (KMA). Ks. myös *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 121–126.
26 Keskustapuolueen puoluehallituksen ptk 4/27.4.1984, liite, aloitteet 67 ja 68 (KMA).
27 Suomalainen suunta: Keskustapuolueen tavoiteohjelma 1980-luvun loppupuoliskolle, Keskustapuolueen puoluehallituksen ptk 10/1.11.1985, liite (KMA); Kontukoski 2009, 152–153; Lyytinen 2006, 79–80.
28 SMP:n viestintäpoliittinen erityisohjelma, hyväksytty Turun XXVI puoluekokouksessa 4.8.1984, ks. *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 93–95.
29 SKDL:n yleisradiopoliittinen ohjelma, ks. *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 145–162.
30 Uusi suunta Suomelle, SKP:n asiakirja, hyväksytty 20. edustajakokouksessa 25.–27.5.1984, ks. *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 163.
31 Viestintäpoliittinen tavoiteohjelma, SDP:n puolueneuvoston ptk 5.3.1975, liite 5 (CB 18) (TA). Ks. myös *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 127–136.
32 Viestintäpoliittinen kannanotto, SDP:n puolueneuvoston ptk 17.3.1982, liite 5 (CB 25) (TA). Ks. myös *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 137–144.
33 SDP:n puolueneuvoston ptk 20.11.1986 (CB 29) (TA); Viestintäpoliittinen kannanotto, SDP:n puolueneuvoston ptk 20.11.1986, liite 6 (CB 29) (TA).
34 Pääministeri Kalevi Sorsan IV hallituksen ohjelma 11.5.1983, http://www.valtioneuvosto.fi/tietoa-valtioneuvostosta/hallitukset/hallitusohjelmat/vanhat/sorsaiv/fi.jsp.print (luettu 2.11.2009); Pääministeri Harri Holkerin hallituksen ohjelma 30.4.1987, http://www.valtioneuvosto.fi/tietoa-valtioneuvostosta/hallitukset/hallitusohjelmat/vanhat/holkeri/fi.jsp.print (luettu 2.11.2009).
35 Kiuru 1992, 202.
36 Salokangas 1996, 350–351.

37 Hellman 1988, 26–29.
38 Kiuru 1992, 42.
39 Hellman 1988, 107; Kiuru 1992, 130–142 ja 144–148; Salokangas 1996, 361–362; Uimonen 2011, 108–113.
40 Hellman 1999a, 182–184; Kiuru 1992, 209; Salokangas 1996, 362. Ks. myös Ks. Markku Lahdenpää ym., Yleisradion tehokkuusselvitys, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 12/13.12.1985, liite 83 (YLEA).
41 Arne Wessberg, haastattelu 17.8.2009.
42 Yleisradion hallituksen ptk 13/11.4.1985, liite 115 (YLEA).
43 Collins ym. 1988, 16–18.
44 Luku on laskettu Kari Ilmosen kokoamista indeksoiduista hintatiedoista. Ks. Ilmonen 1996, 190.
45 Hellman 1999a, 181–185.
46 Kiuru 1992, 178.
47 Antero Jyränki, Millaisia tehtäviä Yleisradion hallintoneuvostolla on MTV:n valvonnassa? Yleisradion hallintoneuvoston pöytäkirja 9/14.10.1983, liite 30 (YLEA).
48 MTV:n ohjelmisto osana Yleisradion tv-ohjelmatarjontaa, Yleisradion ohjelmapäällikön toimiston muistio 10.11.1983, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 10/18.11.1983, liite 34 (YLEA).
49 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 12/8.12.1983, liite 34 (YLEA); Yleisradion hallituksen ptk 7/16.2.1984, liite 25 (YLEA).
50 Jyränki, Millaisia tehtäviä Yleisradion hallintoneuvostolla on MTV:n valvonnassa? Yleisradion hallintoneuvoston pöytäkirja 9/14.10.1983, liite 30 (YLEA).
51 Yleisradion hallintoneuvosto ja MTV Oy, MTV:n vastine 11.1.1984, MTV:n hallituksen ptk 1/10.1.1984, liite (MTVA).
52 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 5/18.5.1984; Yleisradion hallituksen ptk 20/5.6.1984; ks. myös liite 163, jossa MTV:n kannanotto (YLEA).
53 Yleisradion hallituksen ptk 25/16.8.1984; ks. myös liite 207, jossa MTV:n anomus (YLEA).
54 Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009.
55 Hellman 1999a, 189–190; *Joukkoviestintätilasto* 1989, 148.
56 Eero Pilkama, Toimitusjohtajan katsaus, MTV:n vuosikertomus 1986, 3.
57 Televisiotoiminnan ajankohtaiset ongelmat, MTV:n hallituksen lausunto Yleisradion hallintoneuvostolle 10.1.1984, MTV:n hallituksen ptk 1/10.1.1984, liite (MTVA).
58 Eero Pilkama, haastattelu 22.9.2009.
59 Lisäsopimus 21.12.1984, Yleisradion hallituksen ptk 1/4.1.1985, liite 2 (YLEA); MTV:n vuosikertomus 1985, 3; Yleisradion hallituksen ptk 4/30.1.1985; Yleisradion hallituksen ptk 30/5.9.1985 (YLEA).
60 Eero Pilkama, Toimitusjohtajan katsaus, MTV:n vuosikertomus 1984, 3.
61 Hanski 2001, 243.
62 Tauno Äijälä, Hintaneuvottelu 20.3.85 MTV:ssä, MTV:n muistio 26.3.1985 (MSK).
63 Yleisradion hallintoneuvosto ja MTV Oy, MTV:n vastine 11.1.1984, MTV:n hallituksen ptk 1/10.1.1984, liite (MTVA).
64 Televisiotoiminnan ajankohtaiset ongelmat, MTV:n hallituksen lausunto Yleisradion hallintoneuvostolle 10.1.1984, MTV:n hallituksen ptk 1/10.1.1984, liite (MTVA).
65 Hellman 1988, 67–73; Kumpusalo & Österlund 1980, 1–2.
66 MTV:n lausunto tv-ohjelmaneuvoston mainonnan sijoittelua koskevaan lausumaan, Yleisradion johtokunnan ptk 7/16.2.1984, liite (YLEA).
67 Hellman 1999a, 130–131.
68 Televisiotoiminnan ajankohtaiset ongelmat, MTV:n hallituksen lausunto Yleisradion hallintoneuvostolle 10.1.1984, MTV:n hallituksen ptk 1/10.1.1984, liite (MTVA).
69 MTV:n vuosikertomukset 1983–1986.
70 Hintasopimus 10.12.1986, Yleisradion hallituksen ptk 37/11.12.1986, liite 1 (YLEA); ks. myös MTV:n vuosikertomukset 1987–1988.
71 Ks. myös Kumpusalo & Österlund 1980, 3–6.
72 Hellman 1988, 67–73; Hellman 1999a, 187–189.
73 Arne Wessberg, haastattelu 17.8.2009; Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009; Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009.
74 Kiuru 1992, 175–179; Sakari Kiuru, haastattelu 9.8.2009.
75 Arne Wessberg, Yleisradion tulevaisuus – sopeutumista vai näivettymistä, Yleisradion vuosikertomus 1981–82, 24–27.
76 Sakari Kiuru, Yleisradionäkymiä viestinnän sääkartalla, Katsaus Yleisradion hallintoneuvostolle, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 4/13.5.1983, liite 11 (YLEA).
77 Yleisradion toiminta- ja taloussuunnitelma 1983/84–1987/88, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 4/13.5.1983, liite 12 (YLEA).
78 Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009.
79 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 1/18.1.1985 (YLEA).
80 Heikki Hellman, Kolmos mies, *Helsingin Sanomat* 6.4.1986.
81 Eero Pilkama, haastattelu 22.9.2009.
82 Jaakko Paavela, haastattelu 1.9.2009.
83 Riikka Uosukainen, Kolmoskanava, *Liiton arkki* 5/1986.
84 Soramäki 1990, 23.
85 Lyytinen 2006, 70–74; Tarkka 2002, 128–133. – EVAn keskeiset näkemykset kirjattiin keväällä 1978 valmistuneessa viestintämuistiossa, josta ei kuitenkaan koskaan tullut järjestön virallista ohjelmapaperia.
86 Viestinnän linjat, Taloudellinen Tiedotustoimisto 28.1.1985, ks. *Viestintäpoliittisia kannanottoja* 1985, 165–172.

87 Tungosta televisioon: MTV:n hallituksesta äänestettiin, *Uusi Suomi* 2.4.1986; MTV:n vuosikertomus 1986, 18.
88 Eero Pilkama, haastattelu 22.9.2009.
89 MTV:n vuosikertomus 1984, 28–29.
90 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
91 Häikiö 2001, 61.
92 Häikiö 2001, 28–32; Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
93 Häikiö 2001, 66–71.
94 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
95 Maksullisten kaapeli-tv-lähetysten ohjausjärjestelmä ja vastaanotossa tarvittava lisälaite, Saloran kulutuselektroniikan tutkimuksen ja tuotekehityksen muistio 1.4.1985 (3777: 172) (ELKA).
96 Satelliitti-tv- ja maksu-tv-kehitysprojektit, Saloran kulutuselektroniikan tutkimuksen ja tuotekehityksen muistio 6.6.1985 (3777: 173) (ELKA).
97 Ewertsson 2005, 89–96. Ks. myös Sveriges Television (SVT) / Pay-TV, Saloran kulutuselektroniikan tutkimuksen ja tuotekehityksen muistio 11.4.1985 (3777: 173) (ELKA).
98 Sanoma Oy:n ja Salora Oy:n sopimus 4.9.1984, Saloran kulutuselektroniikan tutkimuksen ja tuotekehityksen sopimuksia (3777: 224 ja 291) (ELKA).
99 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
100 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
101 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
102 Sakari Kiuru, haastattelu 19.8.2009.
103 Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009.
104 Arne Wessberg, haastattelu 17.8.2009.
105 Lainaus Wiio 1998, 70–71; Laukkanen 2006, 16–17.
106 Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009.
107 Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009; Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009.
108 Wiio 1998, 71–72 ja 131.
109 Ruotsin TV4 on Suomen MTV3:n sisarkanava. Molemmat kuuluvat nykyisin ruotsalaisen Bonnierin/ Nordic Broadcastingin omistukseen.
110 Ewertsson 2005, 79–190.
111 Ks. *TV-politiken: Slutbetänkande av TV-utredningen 1989* (SOU 1989:73).
112 Ewertsson 2005, 219–237 ja 336–440.
113 Ewertsson 2005, 33.
114 Salokangas 1996, 393.
115 Arne Wessberg, haastattelu 17.8.2009.
116 Ks. esim. Arne Wessberg, Yleisradiotoiminnan tulevaisuus – sopeutumista vai näivettymistä, Yleisradion vuosikertomus 1981–82, 28; Maksullinen tv-kanava ei kiinnosta Yleisradiota, *Ilta-Sanomat* 27.10.1984.
117 Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009.
118 Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009.
119 Sakari Kiuru, haastattelu 19.8.2009.
120 Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009.
121 Eero Pilkama, haastattelu 22.9.2009.
122 Eero Pilkama, haastattelu 22.9.2009; Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
123 Foucault 1977, 142–144. Ks. Kuusi 2003, 14–15; Saarenmaa 2010, 228.
124 Sakari Kiuru, Toimintamme tehokkuus ja uudet avaukset selvitystyön kohteita, Katsaus hallintoneuvostolle, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/31.5.1985, liite 42 (YLEA).
125 Esim. Hellman 1999a, 114–121; Laukkanen 2006, 31–33; Soramäki 1990, 23–26; Wiio 1998, 67–81.
126 Kiuru 1992, 180.
127 Arne Wessberg, Yleisradiotoiminta ja uudet jakelukanavat: Alustava ehdotus aluksi kolmanneksi, myöhemmin pohjoismaiseksi televisiokanavaksi, Yleisradion TV1:n muistio 9.4.1985, 4–5 (YLEA).
128 Kiuru 1992, 180–181.
129 Arne Wessberg, Yleisradiotoiminta ja sähköisen viestinnän kehitys, Yleisradion TV1:n muistio 21.5.1985, 8–10 (MSK).
130 Arne Wessberg, Yleisradiotoiminta ja sähköisen viestinnän kehitys, Yleisradion TV1:n muistio 21.5.1985, 11–12 (MSK).
131 Ewertsson 2005, 314–320.
132 Arne Wessberg, Yleisradiotoiminnan tulevaisuus – sopeutumista vai näivettymistä, Yleisradion vuosikertomus 1981–82, 28.
133 Yleisradiotoiminnan kehittäminen kiristyvässä viestintätilanteessa, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 27.5.1985, 2 (MSK).
134 Yleisradiotoiminnan kehittäminen kiristyvässä viestintätilanteessa, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 27.5.1985, Liite (MSK).
135 Viestintäyhtiön perustamiseen liittyvät Yleisradion tavoitteet ja reunaehdot, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 30.5.1985, 1–2 (MSK).
136 Vaihtoehto Nordsatille: Kolmoskanava, *Keskisuomalainen* 3.2.1985; Lasse Kangas, Oikeusministeri Taxell: Lehdistötuki irti puoluetuesta, *Keskisuomalainen* 3.2.1985; Pihlajamäki ehdottaa kolmatta tv-kanavaa, *Ilkka* 14.3.1985; Sirpa Kallioniemi, Veikko Pihlajamäen terveiset: Kunnat, rohkeutta rakentamiseen, *Ilkka* 14.3.1985.
137 Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009.
138 Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009.
139 SDP:n puoluetoimikunnan keskustelumuistio 19/6.6.1985 (329.5, CA 108) (TA).
140 Sakari Kiuru, Toimintamme tehokkuus ja uudet avaukset selvitystyön kohteita, Katsaus hallintoneuvostolle, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/31.5.1985, liite 42 (YLEA).
141 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 5/31.5.1985 (YLEA).

142 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/14.6.1985 (YLEA).
143 Kiuru 1992, 181.
144 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/14.6.1985 (YLEA).
145 Yleisradion hallituksen ptk 23/14.6.1985 (YLEA).
146 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009; Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009; Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009.
147 Jouni Mykkänen, Yleisradion hallituksen selonteko hallintoneuvostolle kolmannen televisiokanavan suunnittelusta, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/20.9.1985, liite 59 (YLEA).
148 Kaj Peter Mattsson, 3-kanavahanke, Yleisradion keskuskanslian muistio 14.8.1985 (MSK); Jyrki Pakarinen, 3-kanavan verkon omistuksesta ja hallinnasta sekä toimiluvasta, Yleisradion keskuskanslian muistio, 20.8.1985 (MSK); Tytäryhtiöprojektin johtoryhmän sihteeristön kokouksen ptk 13.9.1985 (MSK).
149 Heikki Koskinen, Lars-Peter Ringbom ja Tauno Äijälä, Kolmoskanava, Ohjelmaryhmän loppuraportti 16.10.1985 (MTVA).
150 Heikki Koskinen, Lars-Peter Ringbom ja Tauno Äijälä, Kolmoskanava, Ohjelmaryhmän loppuraportti, 16.10.1985 (MTVA).
151 Raimo Ruohisto, Ilkka Jalamo, Martti Soramäki ja Thomas Zilliacus, Kolmoskanava: mainonta ja maksu-tv, Myynti- ja markkinointityöryhmän raportti 15.10.1985 (MTVA); Markku Aihos, Saloran näkemys maksu-tv-laitteiden jakelusta 3-kanavan asiakkaille, Muistio 12.8.1985 (3777: 173) (ELKA).
152 Martti Partanen, Pertti Peltola & Pentti Korkka: Kolmoskanava: talous, Taloustyöryhmän loppuraportti 24.10.1985 (MTVA).
153 Martti Juva, Hannu Marsalo & Eero Heliö, Kolmoskanava: tekniikka, Tekniikka/teollisuus-ryhmän loppuraportti 16.10.1985 (MTVA).
154 Yleisradion hallituksen ptk 33/20.9.1985 (YLEA).
155 Jouni Mykkänen, Yleisradion hallituksen selonteko hallintoneuvostolle kolmannen televisiokanavan suunnittelusta, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/20.9.1985, liite 59, (YLEA).
156 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/20.9.1985 (YLEA).
157 Kolmoskanava herättää kysymyksiä (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 14.6.1985; Kolmas kanava (pääkirjoitus), *Turun Sanomat* 4.6.1985; Ylekin kilpailun paineessa (pääkirjoitus), *Satakunnan Kansa* 3.6.1985; Sähköinen kilpa (pääkirjoitus), *Aamulehti* 6.6.1985; Yle viihdelinjalla mainosmarkoilla (pääkirjoitus), *Savon Sanomat* 2.6.1985; Yle muuttaa linjaansa (pääkirjoitus), *Keskisuomalainen* 2.6.1985.
158 Mieluummin MTV kuin ITV (pääkirjoitus), *Uusi Suomi* 4.6.1985; Yle kilpailee (pääkirjoitus), *Kauppalehti* 6.6.1985.
159 Esim. Kolmas kanava (pääkirjoitus), *Suomenmaa* 5.5.1985; Kolmas tv-verkko (pääkirjoitus), *Turun Päivälehti* 1.6.1985; Outo hanke (pääkirjoitus), *Kansan Tahto* 4.6.1985.
160 Håll alla TV-portar öppna (pääkirjoitus), *Hufvudstadsbladet* 7.6.1985.
161 Brita Kavanne, 3-kanavahanke: Sanoma- ja paikallislehtien kommentteja 31.5.–27.6.85, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 27.6.1985 (MSK).
162 Jouni Tulonen, Tulisiko kolmoskanavalta eri maksusta samaa ohjelmaa? *Helsingin Sanomat* 7.7.1985.
163 Sanomalehdistö perustaa valtakunnallisen televisioyhtiön, Sanomalehtien Liiton tiedote 24.9.1985 (HHK); Kolmoskanava hiertää lehtitaloja: Sanoma uuden lupa-anomuksen puuhamiehenä, *Kauppalehti* 11.8.1985; Pertti Monto, Kolmoskanavan päässä näkyy kilpailu mainosrahasta, *Talouselämä* 29/1985. Ks. myös Salokangas 1996, 399.
164 Sanomalehdetkin tavoittelevat television uutta kolmoskanavaa, *Helsingin Sanomat* 25.9.1985.
165 Sanomalehdistö perustaa valtakunnallisen televisioyhtiön, Sanomalehtien Liiton tiedote 24.9.1985 (HHK).
166 Lehdet kaavailevat televisioyhtiötä, *Aamulehti* 25.9.1985; Sanomalehdetkin tavoittelevat television uutta kolmoskanavaa, *Helsingin Sanomat* 25.9.1985.
167 Esim. Mainoshimo (pääkirjoitus), *Aamulehti* 22.9.1985; Eetterikisa (pääkirjoitus), *Aamulehti* 25.9.1985; Kolmas kanava sanomalehdille (pääkirjoitus), *Savon Sanomat* 25.9.1985; Jämäkkyyttä viestintäpolitiikkaan (pääkirjoitus), *Keskisuomalainen* 26.9.1985; Vaihtoehdoksi vapaa viestintä (pääkirjoitus), *Etelä-Suomen Sanomat* 26.9.1985; Ei yksi, vaan kolme (pääkirjoitus), *Turun Sanomat* 26.9.1985.
168 Kokoomuksen eduskuntaryhmän ptk 24/19.9.1985 (PTA). Salokankaan mukaan Yleisradion radiomainontaselvitys saattoi olla tarkoitettu lähinnä tähdentämään lupamaksukorotuksen välttämättömyyttä. Ks. Salokangas 1996, 366.
169 Lehdet perustivat tv-yhtiön, *Helsingin Sanomat* 16.10.1985; Lehdet kilpaan kolmoskanavasta, *Aamulehti* 16.10.1985; Sanomalehdistö perusti valtakunnallisen televisioyhtiön, *Suomen Lehdistö* 10/1985.
170 Toimitusjohtaja Antero Anttila: Kokovartalokilpailu piristäisi Yleä, *Savon Sanomat* 12.10.1985.
171 Vain vajaa puolet kutsutuista mukaan: Lehdille oma televisioyhtiö, *Uusi Suomi* 16.10.1985.
172 Sanomalehdet taktikoivat (pääkirjoitus), *Uusi Suomi* 29.9.1985.
173 Sähköinen uusjako (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 26.9.1985.
174 Anderzén pitää kanavaa tarpeettomana, *Helsingin Sanomat* 9.11.1985.
175 Esim. Timo Laatunen, Kilpailua hengen ja viihteen

maailmaan: Lehtien tv-hanke viestintäpolitiikkaa, *Aamulehti* 15.11.1985.
176 Hujanen 1991.
177 Miksi hankkeita ei yhdistettäisi? (pääkirjoitus), *Suomenmaa* 27.9.1985.
178 Salokangas 1996, 399; Seppo Haapanen, Antero Anttila: Sd-lehdistölle 25 % kanavayhtiöstä, *Turun Päivälehti* 24.12.1985; Timo Laatunen, Kilpailua hengen ja viihteen maailmaan: Lehtien tv-hanke viestintäpolitiikkaa, *Aamulehti* 15.11.1985.
179 Suomalaiset haluavat muuttaa television kanavajaon selkeäksi: Ylelle, MTV:lle ja lehdille omat kanavat, *Savon Sanomat* 12.10.1985.
180 Kolmoskanava kyllä, maksut kiitos ei! *Aamulehti* 13.10.1985.
181 Eipäs juupas kolmoskanava, *Kansan Uutiset* 14.10.1985.
182 Hallintoneuvoston jäsen Pertti Salolainen: Yle luopukoon kolmoskanavasta, *Uusi Suomi* 30.9.1985.
183 Hallintoneuvosto haluaa Ylen osalliseksi kolmoskanavaan: Salolaisen esitys luopumisesta ei ota tuulta, *Helsingin Sanomat* 2.10.1985; Hallintoneuvoston jäsen Antero Jyränki: Kolmas kanava tuskin toisi mitään uutta, *Kansan Uutiset* 2.10.1985.
184 Tapio Siikala, 3-kanavaratkaisun perusteluja, Muistio 1.10.1985, Keskustan eduskuntaryhmän työvaliokunnan ptk 25/10.10.1985, liite 1 (KMA).
185 Keskustan eduskuntaryhmän ptk 27/24.10.1985 (KMA).
186 Keskustan eduskuntaryhmän ptk 27/24.101985 (KMA). Ks. myös Erkki Laatikainen, Kolmoskanava tuo tuskaa päättäjille, *Keskisuomalainen* 9.11.1985.
187 Keskustan eduskuntaryhmän ptk 27/24.10.1985 (KMA).
188 Yleisradion johto rynnäköi eduskunnassa: Hallintoneuvoston demarit kolmoskanavan kannalle, *Helsingin Sanomat* 6.11.1985; Lauri Sivonen, Kolmas tv-kanava, Muistio 7.11.1985 (HHK); SDP:n eduskuntaryhmän ptk R/28/7.11.1985 (329.5, CA 54) (TA).
189 SDP:n eduskuntaryhmän ptk R/28/7.11.1985 (329.5, CA 54) (TA); SDP tukee Yle-johtoista kolmoskanavaa, *Suomen Sosialidemokraatti* 8.11.1985; Eduskuntaryhmiltä ymmärtämystä Ylen kolmannelle tv-kanavalle, *Helsingin Sanomat* 8.11.1985.
190 Lauri Sivonen, Kolmas tv-verkko, Muistio 5.6.1985, SDP:n puoluetoimikunnan ptk 19/6.6.1985, liite 239 (329.5, CA 107) (TA).
191 Kokoomuksen eduskuntaryhmän ptk 32/21.11.1985 ja liite 4 (PTA); Eduskuntaryhmiltä ymmärtämystä Ylen kolmannelle tv-kanavalle, *Helsingin Sanomat* 8.11.1985.
192 Jaakko Paavela, Kolmoskanava: Toimenpiteiden ja päätöksenteon aikataulu, Muistio 4.11.1985 (MTVA)
193 Anderzén pitää kanavaa tarpeettomana, *Helsingin Sanomat* 9.11.1985.
194 Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009.
195 Kiuru 1992, 179.
196 Jaakko Paavela, Kolmoskanava, MTV:n muistio 18.12.1985 (TÄK).
197 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
198 Jaakko Paavela, Kolmoskanava: MTV:n kannalta katsottuna hankkeen hyvät ja huonot puolet, Muistio 4.10.1985 (MTVA).
199 Salokangas 1996, 399.
200 Jaakko Paavela, Kolmoskanava Oy, Muistio 16.1.1986 (MTVA).
201 Kiuru 1992, 182–183.
202 Yleisradion hallituksen ptk 38/30.10.1985, liitteet 243–247; Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/8.11.1985, liitteet 67–72 (YLEA).
203 Jouni Mykkänen, Hallituksen selvitykset kolmannen tv-kanavan perustamisesta, Muistio 8.11.1985, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/8.11.1985, liite 67 (YLEA); Selvitys kolmannen tv-kanavan perustamisesta Yleisradion toimesta, Muistio 30.10.1985, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/8.11.1985, liite 70 (YLEA).
204 Oy Kolmoskanava Ab:n perustamissuunnitelma, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/8.11.1985, liite 69 (YLEA).
205 Oy Kolmoskanava Ab:n perustamissuunnitelma, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/8.11.1985, liite 69 (YLEA).
206 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/8.11.1985 (YLEA).
207 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 12/22.11.1985 (YLEA).
208 Hellman 1988, 76–80.
209 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 12/22.11.1985; ks. myös liite 75 (YLEA).
210 Kauko Holopainen, Taxell viheltäisi poikki Yle-pelin: Aika ei ole vielä kypsä 3-kanavalle, *Turun Sanomat* 6.11.1985.
211 Kiuru 2010, 121–122.
212 Ylen pohjaton säkki (pääkirjoitus), *Turun Sanomat* 24.11.1985; Kari Hokkanen, Kolmoskanava on silkkaa höperehtimistä, *Ilkka* 26.11.1985; Fel tredje kanal (pääkirjoitus), *Hufvudstadsbladet* 24.11.1985.
213 Sakari Kiuru, haastattelu 19.8.2009; Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.
214 Oy Kolmoskanava Ab:n yhtiöjärjestys, Patentti- ja rekisterihallitus, Kaupparekisteri (86-0487) (PRH).
215 Oy Kolmoskanava Ab:n yhtiöjärjestys (MTVA).
216 Oy Yleisradio Ab:n/Oy Kolmoskanava Ab:n toimilupahakemus, 27.11.1985 (1878/33/85) (LVMA).
217 Oy Kanava Kolme - Kanal Tre Ab:n toimilupahakemus, 10.12.1985 (1965/33/85) (LVMA).
218 Markku Lahdenpää ym., Yleisradion tehokkuusselvitys, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 12/13.12.1985, liite 83 (YLEA).

219 Hannu Kuosmanen, Hallintoneuvoston pj Reino Karpola: Ylen kolmoskanavahanke arvioitava uudelleen, *Uusi Suomi* 14.12.1985.
220 Yleisradion hallituksen ptk 38/30.10.1985 (YLEA).
221 Unto Kumpusalo, Radio- ja televisiokomitean ehdotuksia ja kannanottoja, Muistio 22.11.1985, Liikenneministeriön viestintäpoliittisen työryhmän ptk 1/22.11.1985, liite (MSK).
222 Liikenneministeriön viestintäpoliittisen työryhmän ptk 4/9.12.1985, ptk 5/18.12.1985, ptk 1/2.1.1986 ja ptk 2/9.1.1986 (MSK).
223 Televisiokanavaselvitys: Viestintä- ja kulttuuripoliittisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1763/05/85), 5 (LVMA).
224 Hellman 1988, 77.
225 Unto Kumpusalo, Kolmoskanava Oy:n ja Tampereen Tietoverkko Oy:n hankkeiden esittely, Referaatti 30.11.1985, Liikenneministeriön viestintäpoliittisen työryhmän ptk 2/28.11.1985, liite (MSK).
226 Televisiokanavaselvitys: Viestintä- ja kulttuuripoliittisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1763/05/85), 8–10 (LVMA).
227 Televisiokanavaselvitys: Viestintä- ja kulttuuripoliittisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1763/05/85), 10–13 (LVMA).
228 Tv-työryhmän johtopäätösvaiheen asioita, Muistio 14.1.1986, Liikenneministeriön viestintäpoliittisen työryhmän ptk 3/16.1.1986, liite (MSK).
229 Sittemmin tämä uusi asenne perusteltiin tarkemmin viestintäkulttuuritoimikunnan mietinnössä, joka kuvasi audiovisuaalisen alan tukitoimia "eetterin ilmapuolustukseksi". Ks. *Viestintäkulttuuritoimikunnan I mietintö: Kansallisen elokuva-, televisio- ja videotuotannon ja -jakelun edistäminen* (KM 1989:15), 170–172.
230 Mattijuhani Koponen, Tv-johtajaksi haluton Donner IS:lle: Kolmoskanavasta ei saa tehdä Sky Channelia, *Ilta-Sanomat* 25.1.1986; Donner chef för kanal 3? *Hufvudstadsbladet* 25.1.1986.
231 Kolmoskanavan ja Kanava Kolmen hakemusten lisäksi työryhmä arvioi Tampereen Tietoverkko Oy:n jättämää alueellista toimilupahakemusta.
232 Televisiokanavaselvitys: Taloustyöryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 1–2 (LVMA); Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys 10.2.1982 (1765/05/85), 15 (LVMA).
233 Televisiokanavaselvitys: Taloustyöryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 1–2 (LVMA); Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys 10.2.1982 (1765/05/85), 15–19 ja 22–24 (LVMA).
234 Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys 10.2.1982 (1765/05/85), 22–24 (LVMA).
235 Televisiokanavaselvitys: Taloustyöryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 2 (LVMA).
236 Televisiokanavaselvitys: Taloustyöryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 3–4 (LVMA).
237 Ks. Kolmannen tv-kanavan toteutettavuusselvitys: Oy Kanava Kolme - Kanal Tre Ab, Mec-Rastor 17.2.1985 (LVMA).
238 Simo Karttunen ja Sirkka Manni-Loukola, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Täydennysosa 24.2.1986 (1765/05/85), 9 (LVMA).
239 Televisiokanavaselvitys: Hallinnollisen ja teknisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1764/08/85), 16–18 (LVMA); Timo Laatunen, Kilpailua hengen ja viihteen maailmaan, *Aamulehti* 15.11.1985.
240 Televisiokanavaselvitys: Hallinnollisen ja teknisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1764/08/85), 6–10 (LVMA).
241 Televisiokanavaselvitys: Hallinnollisen ja teknisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1764/08/85), 10–11 (LVMA).
242 Liikenneministeriön tiedote 11.2.1986 (MSK).
243 Ministeri Luttinen: Suomeen mahtuu vain yksi uusi tv-kanava, *Helsingin Sanomat* 26.1.1986; Liikenneministeriön työryhmiltä myönteiset lausunnot: Kolmas tv-kanava toteutettavissa, *Helsingin Sanomat* 12.2.1986; Tre rapporter: Steg på väg mot tredje TV-kanalen, *Hufvudstadsbladet* 12.2.1986; Kolmoskanavan ehdot kovenevat, *Aamulehti* 12.2.1986; Perttunen raamitti Kolmoskanavan (pääkirjoitus), *Suomenmaa* 15.2.1986; Kolmoskanavan mahdottomuudet (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 16.2.1986.
244 Liikenneministeriön tiedote 14.3.1986 (LVMA).
245 Liikenneministeriön tiedote 14.3.1986 (LVMA).
246 Hellman 1999a, 163–169.
247 Kolmoskanavasta hallituksen päätös pian, *Helsingin Sanomat* 10.3.1986; Pirjo Savolainen, Ministeri Matti Luttinen lupaa: Kolmoskanava käynnistyy jo ensi vuoden alussa, *Ilta-Sanomat* 22.3.1986.
248 Ks. esim. Heiskanen 1985; Steinbock 1986.
249 Pirjo Savolainen, Ministeri Matti Luttinen lupaa: Kolmoskanava käynnistyy jo ensi vuoden alussa, *Ilta-Sanomat* 22.3.1986; Liikenneministeriön tiedote 14.3.1986 (LVMA).
250 Viestintäpoliittisen ministerivaliokunnan ptk 3/14.3.1986 ja ptk 4/21.3.1986 (KA).
251 Viestintäpoliittisen ministerivaliokunnan ptk 5/1.4.1986 (KA); Pirjo Savolainen, Ministeri Matti Luttinen lu-

paa: Kolmoskanava käynnistyy jo ensi vuoden alussa, *Ilta-Sanomat* 22.3.1986; Hallitus myöntää luvan ehkä ensi viikolla: Television kolmas kanava toteutumassa, *Helsingin Sanomat* 2.4.1986.

252 Arto Astikainen, Rkp:n johtaja hämmästelee Sdp:n intoa kaupallisiin ohjelmiin: Taxell ei halua kolmoskanavaa, *Helsingin Sanomat* 27.3.1986.

253 Arto Astikainen, Rkp:n johtaja hämmästelee Sdp:n intoa kaupallisiin ohjelmiin: Taxell ei halua kolmoskanavaa, *Helsingin Sanomat* 27.3.1986.

254 Ks. Pernaa 2009; Raatikainen 1985; Salokangas 1996; Uimonen 2011.

255 Olli Helen, Lupamaksujupakan taustalla: Sorsa vastaan Kiuru, *Aamulehti* 20.10.1985.

256 Sorsa ehdottaa kolmoskanavasta kansanäänestystä ensi vuonna, *Helsingin Sanomat* 3.4.1986; Sorsa yllätti Luttisen: "Kansanäänestys kaataisi kolmoskanavan", *Ilta-Sanomat* 3.4.1985.

257 Sorsa ja Väyrynen epäilijöiden joukkoon: Kolmas televisiokanava ei saanut vielä lupaa, *Helsingin Sanomat* 11.4.1986; SDP:n puoluetoimikunnan ptk 11/10.4.1986 (329.5, CA 112) (TA).

258 Kolmoskanava: mikä ja miksi? SDP:n puoluetoimiston taustamuistio nro 10/86, 30.4.1986 (MSK).

259 Kolmas televisiokanava? SKDL:n liittohallituksen kannanotto 16.4.1986 (MSK).

260 Edustaja Tennilän suullinen kysymys SK 161/1986, Eduskunnan ptk 32/24.4.1986 (EK).

261 Ks. esim. Martti Tiurin ja Pertti Salolaisen puheenvuorot, Eduskunnan ptk 78/20.9.1985 (EK); Martti Tiurin, Pertti Salolaisen, Olof Norrbackin, Christoffer Taxellin, Reino Karpolan ja Reino Paasilinnan puheenvuorot, Eduskunnan ptk 129/19.12.1986 (EK); Liisa Jaakonsaaren puheenvuoro, Eduskunnan ptk 137/14.1.1987 (EK).

262 Kokoomuksen eduskuntaryhmän ptk 10/10.4.1986 (PTA); Aarno Kaila, Viestinnän muutosnäkymiä: ongelmia lehdistölle ja perinteiselle yleisradiotoiminnalle, Muistio 9.4.1986, Kokoomuksen eduskuntaryhmän ptk 10/10.4.1986, liite 5 (PTA); Martti Tiuri ja Pertti Salolainen, Kolme riippumatonta tv-kanavaa, *Uusi Suomi* 22.4.1986; Martti Tiuri, Suomi tarvitsee viestintäneuvoston, *Helsingin Sanomat* 20.4.1986.

263 Vaikeuksia viestinnän säätelyssä (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 7.4.1986; TV-beslut enligt noter (pääkirjoitus), Hufvudstadsbladet 4.4.1986; Eero Silvasti, Kenen kanava? *Helsingin Sanomat* 19.2.1986; Erkka Lehtola, Kuule, meitä tyhmistetään! *Aamulehti* 3.4.1986; Outi Nyytäjä, Tuutin täydeltä, *Suomen Sosialidemokraatti* 9.4.1986; Peter von Bagh, Uusi uljas Kolmoskanava, *Kaleva* 1.5.1986; Heikki Hellman, Pikkukolmonen, *Helsingin Sanomat* 6.4.1986.

264 RTTL:n kannanotto tv:n kolmoskanavahankkeeseen 7.4.1986 (MSK); Heidi Köngäs, Makkaratykki, *Sanomalehtimies* 20/1986; Kansan Sivistystyön Liiton liittotoimikunnan kannanotto 28.2.1986 (MSK); Suomen Elokuvateatteriliitto SEOL ry:n kirjelmä liikenneministeriölle 4.3.1986 (MSK).

265 Jaakko Rauramon ja Matti Anderzénin kirje Kalevi Sorsalle 26.3.1986 (MSK); Matti Anderzén, Kolmoskanavan rakentaminen, Muistio 20.2.1986 (MSK).

266 Arto Astikainen, Rkp:n johtaja hämmästelee Sdp:n intoa kaupallisiin ohjelmiin: Taxell ei halua kolmoskanavaa, *Helsingin Sanomat* 27.3.1986.

267 Jaakko Paavela, Kolmannen televisiokanavan perustaminen ja televisiotoiminnan aloittaminen, MTV:n muistio 11.2.1986 (MTVA).

268 Sorsa ja Väyrynen epäilijöiden joukkoon: Kolmas televisiokanava ei saanut vielä lupaa, *Helsingin Sanomat* 11.4.1986.

269 Kaj-Peter Mattsson, Liikenneministeriön esitys valtioneuvostolle Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentämisestä uutta valtakunnallista televisiokanavaa varten, Muistio 16.4.1986, Valtioneuvoston raha-asiainvaliokunnan ptk 23.4.1986, liite 5 (KA).

270 Hallituksen esitys laiksi kaapelilähetystoiminnasta, HE 108/1985 vp.; Liikennevaliokunnan mietintö, LiVM 6/1986 (HE 108/1986 vp. ja HE 6/1986 vp.); Laki kaapelilähetystoiminnasta, 307/1987, 10 §.

271 Liikenneministeriön arvio uusien televisiokanavien toteuttamiseen liittyvistä taloudellisista kysymyksistä, Liikenneministeriön muistio 16.4.1986, Valtioneuvoston raha-asiainvaliokunnan ptk 23.4.1986, liite 6 (KA).

272 Oy Kolmostelevisio Ab:n taloudesta, Valtiovarainministeriön tulo- ja menoarvio-osaston muistio 22.4.1986, Valtioneuvoston raha-asiainvaliokunnan ptk 23.4.1986, liite 8 (KA).

273 Neuvottelumuistio 22.4.1986, Liikenneministeriön neuvotteleva virkamies (MTVA).

274 Matti Luttinen kolmoskanavasta: Ministereillä eri käsityksiä kannattavuudesta, *Ilta-Sanomat* 26.4.1986.

275 Matti Anderzén, Kolmoskanavan rakentaminen, Muistio 20.2.1986 (MSK).

276 Keskustapuolueen puoluevaltuuskunnan vuosikokouksen ptk 26.–27.4.1986, liite 7 (KMA). Siikalan esitelmä julkaistiin myös keskustan järjestölehdessä. Ks. Tapio Siikala, Miten käy Reinikaisen Dallasin maailmassa? *Kansamme Puolesta* 3/1986 (KMA).

277 Keskustapuolueen työvaliokunnan ptk 9/10.4.1986 (KMA).

278 Keskustapuolueen työvaliokunnan ptk 12/15.5.1986 (KMA).

279 Kolmoskanavan perustelu pitää (pääkirjoitus), *Suomenmaa* 26.4.1986; Kolmoskanavasta tehtävä vaihtoehto (pääkirjoitus), *Keskisuomalainen* 30.4.1986; Paavo Väyrynen: Kolmoskanavapäätös siirtyy hallituksessa, *Keskisuomalainen* 3.5.1986.

280 Hallintoneuvoston jäsen Pertti Salolainen: Yle luopukoon kolmoskanavasta, *Uusi Suomi* 30.9.1985; Martti Tiuri ja Pertti Salolainen, Kolme riippumatonta tv-kanavaa, *Uusi Suomi* 22.4.1986
281 Paavo Väyrynen, Kolmoskanava, *Suomenmaa* 17.5.1986.
282 Samankaltaista kanavajakoa oli ehdotettu jo edellisenä kesänä *Hufvudstadsbladetin* pääkirjoituksessa. Ks. Håll alla TV-portar öppna, *Hufvudstadsbladet* 7.6.1985.
283 Uusi malli kolmoskanavaan (pääkirjoitus), *Keskisuomalainen* 20.5.1986.
284 Hellman 1999a, 192–193. Ks. myös Tuuri 2007, 184–190.
285 Keskustapuolueen työvaliokunnan ptk 13/29.5.1986 (KMA).
286 Luttinen syyttää Väyrystä 3-kanavan jarrutuksesta, *Helsingin Sanomat* 17.5.1986.
287 Kai Törnblom, Kolmas televisiokanava: ns. Väyrysen malli, Liikenneministeriön muistio 22.5.1986 (MSK); Sakari Kiurun, Arne Wessbergin, Eero Pilkaman, Jaakko Paavelan, Simo Vuorilehdon ja Harry Mildhin kirjelmä liikenneministeri Matti Luttiselle 26.5.1986, Valtioneuvoston raha-asiainvaliokunnan ptk 28.5.1986, liite (KA).
288 SDP:n puoluetoimikunnan keskustelumuistio 16/29.5.1986 (329.5, CA 113) (TA).
289 Kepun Karpolalta tukea: Kolmoskanavaa yritetään taas, *Ilta-Sanomat* 28.5.1986; Kolmoskanava läpäisi hallituksen rahakunnan, *Helsingin Sanomat* 29.5.1986.
290 Valtioneuvoston yleisistunnon ptk 62/5.6.1986, ks. myös liite 50 (KA); Kolmoskanava jäi hallituksessa pöydälle, *Helsingin Sanomat* 30.5.1986; Keskustapuolue äänestyttää hallitusta kolmoskanavasta, *Helsingin Sanomat* 5.6.1986; Pääministeri Kalevi Sorsa epäili kolmoskanavan mahdollisuuksia: Hallitus päätti kuitenkin antaa Kolmostelevisiolle toimiluvan, *Helsingin Sanomat* 6.6.1986.
291 Liikenneministeriön esitys valtioneuvostolle Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentämisestä uutta valtakunnallista televisiokanavaa varten, Liikenneministeriön esittelymuistio 16.4.1986, Valtioneuvoston ptk 62/5.6.1986, liite 48 (KA).
292 Valtioneuvoston yleisistunnon ptk 62/5.6.1986 (KA).
293 SDP:n eduskuntaryhmän ptk R 18/29.5.1986 (329.5, CA 57) (TA); Valtioneuvoston yleisistunnon ptk 62/5.6.1986 (KA).
294 Liikenneministeriön tiedote 5.6.1986 (HHK).
295 Kiuru 1992, 184; Uimonen 2011, 111–113.
296 Eero Silvasti, Kuin vesi sukkaan, *Helsingin Sanomat* 12.4.1986; Jörn Donner, Kanavakonkurssi, *Aamulehti* 12.9.1986; Heikki Hellman, Kuviopujottelua, kanavakelluntaa, *Helsingin Sanomat* 7.6.1986; Pelin politiikkaa (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 7.6.1986; Kolmoskanavan kivulias synnytys (pääkirjoitus), *Uusi Suomi* 8.6.1986.
297 Sjöberg 1990, 59.
298 Silvo 1988.
299 Salokangas 1996, 393.
300 Kiuru 1992, 178–185.
301 Salokangas 1996, 403.
302 Hellman 1999a, 197–199.
303 Salokangas 1996, 393.

III Kolmostelevision lunastus

1 Finland Expected to O.K. Off-Air Pay-TV Channel, *Variety* 19.3.1986.
2 Ks. esim. Balio 1990, 259.
3 Peter von Bagh, Uusi uljas Kolmoskanava, *Kaleva* 1.5.1986.
4 Yle ja MTV hankkivat jo ohjelmaa kolmoskanavalle, *Helsingin Sanomat* 26.11.1985; Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009; Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Gunnar Rügheimer, telefax-viesti Jaakko Paavelalle 9.4.1986 (MTVA); Stephen J. Cornish (Fox TV, London), telefax-viesti Tauno Äijälälle 13.11.1986 (MTVA); Global Prices for TV Films, *Variety* 5.2.1986.
5 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009; Tuuri 2007, 161.
6 Kolmoskanavaa koskevia tietoja ja anekdootteja on koottu Pasi Ruhalan ylläpitämälle sivustolle, ks. Kolmoskanava (TV3) 1986–1993, http://hapo.kapsi.fi/kolmoskanava/ (luettu 15.11.2010).
7 Kolmoskanava (TV3) 1986–1993, http://hapo.kapsi.fi/kolmoskanava/ (luettu 15.11.2010); MTV:n pöllön tarina, http://www.mtv3.fi/ohjelmat/sivusto.shtml/viihde/mtv_50_v/historiaa?520225 (luettu 10.9.2010); Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010.
8 Erkki Astala & Heikki Hellman, Virran lähteet, *Filmihullu* 3/1988.
9 Jukka Kajava, Suomen uusin kaatopaikka, *Helsingin Sanomat* 3.9.1987; Jukka Kajava, Somaa Suomen kansalle, *Helsingin Sanomat* 8.12.1987.
10 Sakari Kiuru, Kronikka hallintoneuvostokaudesta 1983–1986, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/19.9.1986, liite 61 (YLEA).
11 Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n hintasopimus, Yleisradion hallituksen ptk 37/11.12.1987, liite 256 (YLEA); Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 15/18.12.1987, liite 73 (YLEA).
12 Ks. myös Salokangas 1996, 405.
13 Salokangas 1996, 401.
14 Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentäminen, Valtioneuvoston yleisistunnon ptk 62/5.6.1986, liite 50 (KA); Oy Yleisradio Ab:n ja Oy Kolmostelevisio Ab:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk

9/15.8.1986, liite 53 (YLEA). Epäitsenäisyyttä korostaa myös ohjelmien ennakkotarkastukseen liittynyt sääntö, jonka mukaan Yleisradion ohjelmapäälliköllä oli oikeus katsoa ennakkoon niin MTV:n kuin Kolmostelevision ohjelmat. Ks. Yleisradion hallintoneuvoston ptk 13/21.11.1986 (YLEA).

15 Hellman 1999a, 169–170; Soramäki 2007, 81.

16 Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentäminen, Valtioneuvoston yleisistunnon ptk 62/5.6.1986, liite 50 (KA); Liikenneministeriön esitys valtioneuvostolle Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentämisestä uutta valtakunnallista televisiokanavaa varten, Liikenneministeriön esittelymuistio, 16.4.1988, (LVMA); Oy Yleisradio Ab:n ja Oy Kolmostelevisio Ab:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/15.8.1986, liite 53 (YLEA).

17 Liikenneministeriön esitys valtioneuvostolle Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentämisestä uutta valtakunnallista televisiokanavaa varten, Liikenneministeriön esittelymuistio, 16.4.1988, 6 (LVMA).

18 Oy Yleisradio Ab:n ja Oy Kolmostelevisio Ab:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/15.8.1986, liite 53 (YLEA).

19 Oy Yleisradio Ab:n ja Oy Kolmostelevisio Ab:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/15.8.1986, liite 53 (YLEA).

20 Hellman 1999a, 169–176.

21 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 10/29.8.1986 (YLEA).

22 Hellman 1988, 94.

23 Risto Lindstedt, Tässä muhii mellakkakanava, *Suomen Kuvalehti* 34/1986.

24 Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010.

25 Yle ja MTV riitelevät 3-kanavan johtajasta, *Ilta-Sanomat* 21.8.1986; Kolmoskanavan johtajaa haetaan tänään, *Helsingin Sanomat* 17.9.1986.

26 Kolmostelevision hallituksen ptk 18/17.9.1986 (PRH); Heikki Lehmusto ehdolla Kolmoskanavan johtoon, *Ilta-Sanomat* 13.9.1986; Heikki Lehmusto ryhtyy johtamaan kolmoskanavaa, *Helsingin Sanomat* 18.9.1986; En halua olla mikään viihdekanavan vetäjä, *Sanomalehtimies* 19/1986; Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010.

27 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010.

28 Kolmostelevision toimintakertomus 25.11.1985–31.12.1986 (MTVA).

29 TV-3 on auki osaaville naisille ja miehille! (ilmoitus), *Helsingin Sanomat* 11.1.1986.

30 TV3-verkon rakentaminen ja rahoittaminen, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 22/7.8.1986, liite 153 (YLEA).

31 Kolmostelevision toimintakertomukset 1986–1988 (MTVA); Kolmosesta kanava yli miljoonalle, *Helsingin Sanomat* 1.9.1987; Marjut Jousi, Kolmosen paine kova: Harvojen herkkua, *Katso* 43/1987; Silja Linko-Lindh, Joko Kolmonen näkyy? Lahden antenniasennukset ruuhkautuivat, *Katso* 33B/1988.

32 Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010; Harava tai HTV tuo kolmoskanavan kotiin, *Helsingin Sanomat* 19.9.1986; Kolmoskanavaan liittyminen tulee maksamaan 3000 mk, *Uusi Suomi* 18.9.1996; *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK).

33 Kolmostelevisio ei pääse HTV:n verkkoon ilmaiseksi, *Helsingin Sanomat* 20.9.1986.

34 Martti Juva, Hannu Marsalo & Eero Heliö, Kolmoskanava: tekniikka, Tekniikka/teollisuus-ryhmän loppuraportti 16.10.1985, 5 (MTVA); Televisiokanavaselvitys: Hallinnollisen ja teknisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1764/08/85), 12–14 (LVMA).

35 Oy Yleisradio Ab:n ja Oy Kolmostelevisio Ab:n kirje Helsinki Televisio Oy:lle 9.10.1986 (MTVA); Helsinki Televisio Oy:n kirje Oy Kolmostelevisio Ab:lle 8.10.1986 (MTVA).

36 Kolmonen näkyy koeajan Htv:n Helsinki-kanavalta, *Helsingin Sanomat* 22.11.1986.

37 Aila-Liisa Laurila, Kolmostelevisio TTV:n kaapeliin, *Aamulehti* 22.11.1986; Media Kolmonen: Vaihtoehto luokitellulle ilmoittelulle, Kolmoskanavan esite 1989 (KK).

38 Ei kaikille antennia, *Uusi Suomi* 30.11.1986; Katsojat unohtuivat, *Helsingin Sanomat* 30.11.1986; Neljännesmiljoona näki Kolmostelevision aloituksen, *Helsingin Sanomat* 2.12.1986; Marja Sjöberg, Kolmos-tv:n ensi-ilta, *Aamulehti* 2.12.1986.

39 *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK); Marja Sjöberg, Kolmos-tv:n ensi-ilta, *Aamulehti* 2.12.1986.

40 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK); Pirjo Houni, Kolmoskanavalla pehmeät otteet, *Ilta-Sanomat* 2.12.1986; Neljännesmiljoona näki Kolmostelevision aloituksen, *Helsingin Sanomat* 2.12.1986; Helsinki Television tutkimuksen mukaan Kolmostelevisio aloitti vaisusti, *Helsingin Sanomat* 29.1.1987.

41 Tv-uutiset, TV1 7.11.1986, ks. *Onnenluku kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK).

42 Jaakko Paavelan kirje liikenneministeriölle 15.10.1986 (MTVA); Harri Pursiainen, Kolmostelevision koelähetysten kotimaisuusvaatimus, Liikenneministeriön muistio 17.10.1986 (MTVA).

43 Raila Haarala, Kolmoskanavan ohjelmisto koeaikana 1.12.1986–31.8.1987, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 25.8.1987 ja liite (MSK).

44 Raila Haarala, Kolmoskanavan ohjelmisto koeaikana 1.12.1986–31.8.1987, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 25.8.1987 (MSK); NHL:n finaalit kolmostelevisioon, *Ilta-Sanomat* 7.5.1987; Kaarlo Sundell,

Stanley cup ratkaistaan TV3:ssa suomalaisten silmien edessä, *Helsingin Sanomat* 19.5.1987.

45 Hannu Holvas, Kolmoskanava iskee satelliitteja vastaan, *Seura* 10/1987; Kolmoskanava (esite), kevät 1987 (HHK).

46 Jukka Kajava, Alleviivausta kerrakseen, *Helsingin Sanomat* 2.12.1986; Jukka Kajava, Helpotetaan joulustressiä, *Helsingin Sanomat* 15.12.1986; Marja-Liisa Pollari, Heikki Lehmusto tekee raha-automaattia kuvaruutuun, *Suomen Sosialidemokraatti* 16.4.1987; Pirjo Houni, Kolmoskanavalla pehmeät otteet, *Ilta-Sanomat* 2.12.1986; Hannu Holvas, Kolmoskanava iskee satelliitteja vastaan, *Seura* 10/1987.

47 *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK).

48 Heikki Hellman, Kolmos mies, *Helsingin Sanomat* 6.4.1986.

49 Tv-konkareilla jo kimppu ideoita Kolmoskanavaa varten, *Ilta-Sanomat* 25.4.1986.

50 Liikenneministeri Matti Luttisen puhe Kolmoskanavan ensi-illassa Helsingissä 1.12.1986, Liikenneministeriön tiedote (HHK).

51 Juhani Aromäki, Kolmoskanavan kujanjuoksu alkaa, *Helsingin Sanomat* 28.9.1986.

52 Tauno Äijälä, Kolmostelevision kotimainen ohjelmisto: 11.9.1986 mennessä saapuneet tarjoukset, Kolmostelevision muistio 14.9.1986 (TÄK).

53 Tauno Äijälän esitys kotimaisiksi ohjelmahankinnoiksi Oy Kolmostelevisio Ab:n hallitukselle 8.12.1986 (TÄK); Tauno Äijälän kirjeet useille ohjelmatuotantoyhtiöille, 16.12.1986 (HSK); Kolmos-tv panostaa ihmissuhteisiin, *Uusi Suomi* 28.1.1987; Kolmoskanava tarjoaa syyskuun alusta yli 50 tuntia ohjelmaa viikossa, *Helsingin Sanomat* 14.5.1987; Viihdettä Kolmosen täydeltä, *Ilta-Sanomat* 19.5.1987.

54 Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010; Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Yle ja MTV: Kolmoskanavan uutiset hoidetaan omin voimin, *Ilta-Sanomat* 27.8.1986; Kolmoskanava siirtyy aiottua myöhemmin kokoiltaan, *Helsingin Sanomat* 6.2.1987; Kolmostelevisio ei lähetäkään omia uutisia, *Ilta-Sanomat* 11.5.1987; Kolmoskanavalle ei omia uutisia, *Helsingin Sanomat* 12.5.1987.

55 Tauno Äijälä, MIPCOM 86 ja Lontoo, Matkakertomus 3.11.1986 (TÄK).

56 Kolmostelevision avajaiskonsertin ohjelma 1.9.1987 (HHK); Kansliapäällikkö Juhani Korpelan puhe Kolmoskanavan avajaisissa Helsingissä 1.9.1987, Liikenneministeriön tiedote (HHK); Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010.

57 Toimitusjohtaja Heikki Lehmuston puhe Kolmoskanavan avajaisissa 1.9.1987 (HHK).

58 Kokkonen 2007, 264; Tutta Särkkä, Teija oli ainoastaan lainassa kolmoskanavalla, *Ilta-Sanomat* 2.9.1987; Raija Alanen, Ruutukasvo sen osoittaa: Luontevuus on vaikea juttu, *Katso* 19/1988. – Teija Sopasen avauskuulutus, ks. *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK).

59 *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK); Marjut Jousi, Kolmas kanava aloittaa nyt, *Katso* 36/1987; Timo T. A. myhäili: Tämä on modernia tv-ohjelmaa, *Ilta-Sanomat* 2.9.1987; Mattiesko Hytönen, Tänään Tästä Naureskellen, *Helsingin Sanomat* 6.9.1987; Mindele Zweig, Näin syntyy Tänään tässä ja nyt, *Katso* 49B/1987.

60 Jukka Kajava, Suomen uusin kaatopaikka, *Helsingin Sanomat* 3.9.1987; Marja Sjöberg, Eilen tässä ja nyt, *Aamulehti* 2.9.1987; Heikki Peltonen, Mietteitä ja mieliajoa, *Suomen Sosialidemokraatti* 8.9.1987; Erkki Astala, Vuorovaikutuksen näyttämöt, *Filmihullu* 3/1988; Erkki Astala & Heikki Hellman, Virran lähteet, *Filmihullu* 3/1988.

61 Ks. Postman 1987.

62 Teppo Turkki, Vain poikkeusyksilöt selviävät televisiosta? *Ilta-Sanomat* 4.9.1987.

63 Kolmoskanava aloitti (pääkirjoitus), *Suomen Sosialidemokraatti* 2.9.1987.

64 Risto Uimonen, Kellot soivat kansalliselle uutishartaudelle, *Helsingin Sanomat* 28.8.1987.

65 Koko illan ilo (ilmoitus), *Ilta-Sanomat* 15.9.1987.

66 Marjut Jousi, Kolmoskanava astuu framille, *Katso* 49B/1987.

67 Kurkela & Uimonen 2007, 43–44.

68 Koski 2001; Saarenmaa 2011.

69 Heikki Lehmuston omat ohjelmat: ”Hyvät leffat ja Liisa Ihmemaassa”, *Ilta-Sanomat* 18.9.1986.

70 Ritva Leino, Viihdettä Kolmosen täydeltä, *Ilta-Sanomat* 19.5.1987.

71 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010.

72 Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997.

73 Kolmostelevision toimintakertomus 25.11.1985–31.12.1986 (MTVA).

74 Mauri Soikkanen, haastattelu 26.5.1997; Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997 ja 1.9.2010; Kolmoskanava tarjoaa syyskuun alusta yli 50 tuntia ohjelmaa viikossa, *Helsingin Sanomat* 14.5.1987.

75 Heikki Seppälä, sähköpostitiedonanto 3.8.2011.

76 Ellis 2002, 131.

77 Ellis 2000, 25–27; Hujanen 2002, 7–8; Paterson 1990, 33–34; Scannell 1996, 9–10.

78 Ellis 2002, 71–72.

79 Ellis 2000, 29; Ellis 2002, 130–134; Hujanen 2002, 118–120; Scannell 1996, 9–10; Syvertsen 1997, 121–131.

80 Ellis 2000, 25–26.

81 Hujanen 2002; Syvertsen 1997; Yttreberg 2002.

82 Syvertsen 1997, 121–131.

83 Uimonen 2009.

84 Hellman & Sauri 1988, 16.
85 Ellis 2000, 26–27.
86 Ks. esim. Adams 1993; Horen 1980; Lewine ym. 1985; Tiedge & Ksobiech 1987.
87 Hellman 1999a, 381–420; Lähteenmäki 1999, 28–36. Ks. myös Randén 1997.
88 Heikki Lehmusto, Kolmostelevision ohjelmasuunnittelun perusstrategia, Kolmoskanavan muistio 27.7.1987 (MTVA).
89 Käsin A4-arkille piirretty otsikoimaton muistio 27.6.1985 (TÄK).
90 Heikki Koskinen, Lars-Peter Ringbom ja Tauno Äijälä, Kolmoskanava, Ohjelmaryhmän loppuraportti 16.10.1985, 4 ja 7 (MTVA).
91 Tauno Äijälä, Ohjelmakaavio 1.8.87–31.12.87, Luonnos 8.10.1986 (TÄK).
92 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010.
93 Humphreys 1996, 178–180.
94 Heikki Lehmusto, haastattelu 12.6.1994; *Taistelu televisiosta, osa 2: Monopoli murtuu* (Franck Productions, 2007).
95 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010 ja sähköpostitiedonanto 3.8.2011.
96 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010 ja sähköpostitiedonanto 3.8.2011.
97 Ks. myös Hellman 1999a, 384–385.
98 Tauno Äijälä, MIPCOM 86 ja Lontoo, Matkakertomus 3.11.1986 (TÄK).
99 Antti Alanen, Sarjafilmien maailmat 1988, *Filmihullu* 3/1988.
100 Ks. myös Pankka 1990.
101 Ks. esim. Marjut Jousi, Sarjasuma sankimmillaan, *Katso* 43/1988; Silja Linko-Lindh, MTV:n ja Kolmosen kevät: Uusi vuosi, uudet sarjat – uudet naamat, *Katso* 1/1989.
102 Jukka Kajava, Lupaukset täytetään, *Helsingin Sanomat* 21.11.1987.
103 Vrt. Steinbock 1989.
104 Antti Alanen, Sarjafilmien maailmat 1988, *Filmihullu* 3/1988.
105 L.A. Law, http://en.wikipedia.org/wiki/L.A._Law (luettu 25.8.2010); Sarja kaupunkilaisille, *Katso* 49B/1987.
106 Antti Alanen, Elokuvat televisiossa, *Filmihullu* 3/1988.
107 Tarmo Poussu, Kolmosen elokuvasyksy on täysosuma, *Katso* 36/1989.
108 Timo Haapala, Videolakikin kieltää Kolmosen kesäerotiikan, *Ilta-Sanomat* 1.7.1989; Heikki Seppälä, Kolmonen ei lähetä pornoa, *Helsingin Sanomat* 6.7.1989; Timo Haapala, Tv-erotiikka puhuttaa suomalaisia, *Ilta-Sanomat* 8.7.1989; Arja Nieminen, Seksikeskustelu iltapäivälehtien kupla: Nänni närkästyttää vähemmän kuin Lenita ja urheilu, *Katso* 31/1989.
109 Arto Pajukallio, Kolmosen elokuvakesä: Paljon jännitystä ja toimintaa, *Katso* 23/1988.
110 Hellman 1999a, 350–353.
111 *Joukkoviestintätilasto* 1995, 141.
112 Sinikka Klemettilä, Viihdettä vai terapiaa? *Helsingin Sanomat* 12.9.1988.
113 Kristiina Yli-Kovero, Tilkkuviihdettä sisustamisesta, *Helsingin Sanomat* 15.9.1988.
114 Nuolijärvi & Tiittula 2000; Saarenmaa 2011.
115 Jukka Kajava, Let's Dance, arkkipiispa, *Helsingin Sanomat* 6.9.1988.
116 Saarenmaa 2011, 201. Lenita Airiston julkisesta kuvasta laajemmin, ks. Saarenmaa 2010.
117 Hakulinen 1991 ja 1993.
118 Satu Rönkkö, Kolmos-tv panostaa ihmissuhteisiin, *Uusi Suomi* 28.1.1987.
119 Vrt. Herkman 2011, 98–102; Saarenmaa 2010, 141–147.
120 Ang 1991; Livingstone & Lunt 1994; Scannell 1996.
121 Eeva Salonen, Eurooppalaista ruokaa amerikkalaiseen tapaan, *Helsingin Sanomat* 1.9.1988.
122 Leena-Maija Rossi, Hieno brittisarja luotaa aikamme taiteen muotoja, *Helsingin Sanomat* 11.9.1987.
123 Heikki Seppälä, sähköpostitiedonanto 3.8.2011; Kiuru 1992, 105.
124 Annala 2006, 154–155.
125 Kolmosvisa etsii turkulaisia, *Katso* 49B/1987.
126 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010.
127 Ilse Rautio, Viihdekisa on taktiikkalaji, *Helsingin Sanomat* 9.5.1989; *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK).
128 Marja Sjöberg, King kong, king kong, *Aamulehti* 19.5.1987; Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997 ja 1.9.2010.
129 Kolmostelevisio lähettää suorana seitsemän formulakisaa, *Helsingin Sanomat* 27.4.1988; Suora lähetys Keken mieleen, *Ilta-Sanomat* 27.4.1988; Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997 ja 1.9.2010.
130 Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997. Kädenvääntö tuli ruutuun kesällä 1991, jolloin televisiosivun kriitikko rinnasti sen "visailuihin ja leikkeihin, joiden keksiminen lähtee lähetys- ja mainosajan täyttämisen tarpeesta". Ks. Jouko Laihanen, Onko kädenvääntö urheilua ja sopiiko se televisio-ohjelmaksi? *Helsingin Sanomat* 27.9.1991.
131 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010.
132 Anna-Kerttu Wiik, Kuvaruudussa ja lelukaupoissa kiihtyy taistelu lasten sieluista, *Katso* 48/1987; Antti Alanen, Sarjafilmien maailmat 1988, *Filmihullu* 3/1988.
133 Kolmoskanava perui Disney-ohjelmat, *Helsingin Sanomat* 30.7.1987.
134 Suominen 2007, 500.
135 Teppo Turkki, Halpatuotanto valtaa ruudun, *Ilta-Sanomat* 4.7.1987; Marjut Jousi, Vuoden harjoittelun jälkeen Kolmosella kovat piipussa, *Katso* 33B/1988.

136 Hannu Raittila, Pois tunkkaiset miesjutut! *Aamulehti* 7.9.1987; Jukka Kajava, Komediasarjassa vitsit lentävät mutta sanottava puuttuu, *Helsingin Sanomat* 7.9.1987.
137 Matti Mielonen, Kuopuksen kasvukivut, *La Strada* 3/1987.
138 Hannu Raittila, Dramatisoitua asennekasvatusta, *Aamulehti* 3.9.1987; Jukka Kajava, Ninasta tulee punkkari, *Helsingin Sanomat* 3.9.1987. *Kasvu* uusittiin MTV3:ssa 1996.
139 Tytti Kotilainen, Newyorkilainen huumepoliisi Walker iskee Helsingissä, *Katso* 24/1989; Kolmostelevisio on miesten asialla, *Ilta-Sanomat* 10.8.1989; Jukka Kajava, Kotimainen draamasarja huumepoliiseista, *Helsingin Sanomat* 13.9.1989; Suosituimmat tv- ja radioesiintyjät, *Katso* 7/1990.
140 Lassila 1989; Pantti 2000.
141 Asko Apajalahti, puhelinhaastattelu 2.9.2010; Kari Kyrönseppä, puhelinhaastattelu 6.9.2010. – Arvioista ks. esim. Mikael Fränti, Ihan tavallinen taksikuskin ilta, *Helsingin Sanomat* 28.10.1988; Mikael Fränti, Tapio Suomisen hurja ja järkyttävä elokuva miehen tiestä ja tuskasta, *Helsingin Sanomat* 16.12.1988; Mikael Fränti, Yksinhuoltajaisän sudenhetki, *Helsingin Sanomat* 13.1.1989.
142 Mikael Fränti, Nadja Pyykön esikoisohjaus Lupaus avaa uusien kotimaisten videoelokuvien sarjan, *Helsingin Sanomat* 30.9.1988; Mikael Fränti, Rasvaheltta ja jupit autoilevat Helsingistä Inariin Tane Mäkelän lupaavassa videoelokuvassa "1249", *Helsingin Sanomat* 12.12.1989. – Ks. myös Lupaus (1998), http://www.elonet.fi/title/ekglio/ (luettu 14.9.2010); 1249 km (1989), http://www.elonet.fi/title/eks16n/ (luettu 14.9.2010).
143 Kari Kyrönseppä, puhelinhaastattelu 6.9.2010; Heikki Seppälä, sähköpostitiedonanto 3.8.2011.
144 Jukka Kajava, Peter Brookin Mahabharata kertoo tarinan ihmisen suvusta, *Helsingin Sanomat* 23.12.1989.
145 Marjut Jousi, Vuoden harjoittelun jälkeen Kolmosella kovat piipussa, *Katso* 33B/1987; Marjut Jousi, Toimitusjohtaja ja hänen 3 naistaan, *Katso* 33B/1987; Marjut Jousi, Mainosrahojen puute rajaa ohjelmia: Upea Pavarotti viimeisen kerran? *Katso* 18/1989.
146 Williams 1974.
147 Ks. esim. De Bens ym. 1992; Hellman & Sauri 1997; Sepstrup 1990.
148 Hellman 1999a, 350–354.
149 Hellman 1999a, 360–362.
150 Esim. Sepstrup 1990.
151 Hellman 1999a, 362–367.
152 Hellman 1999a, 406–408.
153 Hellman 1999a, 350–367.
154 Ks. esim. Ishikawa ym. 1994; van der Wurff 2005.
155 Freedman 2005; Hellman 2001; Karppinen 2005; Napoli 1999. Vrt. McQuail 1992, 132–145.
156 Ks. esim. Aslama ym. 2005; Aslama 2008; Hellman 1999a ja 2001; Ishikawa ym. 1994; Lehtinen 2010; van der Wurff 2005. Lähestymistavan kritiikistä, ks. esim. Karppinen 2005 ja 2010.
157 Mittarin laskentakaavasta, ominaisuuksista ja tulkinnasta, ks. esim. McDonald & Dimmick 2003, Hellman 2001 ja 2009a.
158 Aslama ym. 2007, 61–67.
159 Sjöberg 1988, 76; Risto Uimonen, Näköradion paluu, *Helsingin Sanomat* 20.3.1989.
160 Ks. Ruoho 2004.
161 Hellman 1999a, 393–406.
162 Vrt. Hellman & Sauri 1997.
163 Keinonen 2011, 83.
164 Timo T. A. Mikkosen ohjelmaa uhkaa lopetus, *Ilta-Sanomat* 2.11.1988; Kolmos-tv pyysi tarjoukset TTN-ohjelmasta: Timo T. A. Mikkonen irtisanoi henkilökuntansa, *Helsingin Sanomat* 3.11.1988; Radio Ykkösen tytäryhtiö korvaa Timo T. A. Mikkosen, *Helsingin Sanomat* 20.12.1988; Jaakko Lähteenmaa, Ettan korvaa Timo T. A:n kolmoskanavalla, *Ilta-Sanomat* 20.12.1988; Marjut Jousi, Timo T. A. Väistyy vaan ei nöyrry: "Tänään" hylkää sohvan, *Katso* 5/1989.
165 Kolmos-tv pyysi tarjoukset TTN-ohjelmasta: Timo T. A. Mikkonen irtisanoi henkilökuntansa, *Helsingin Sanomat* 3.11.1988.
166 Vrt. Kortti 2003; Tauno Äijälä, sähköpostitiedonanto 28.11.2011.
167 Heiskanen 1985, 218–219.
168 MTV:n vuosikertomus 1983, 24.
169 Lassila 1989, 49.
170 Collins ym. 1988.
171 Televisiokanavaselvitys: Viestintä- ja kulttuuripoliittisen työryhmän muistio, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1763/05/85), 5 ja 10 (LVMA).
172 Kotimainen ohjelmisto 1.9.87–3.1.88 (viikot 36–53/87), Kolmostelevision muistio 15.12.1987 (HSK).
173 Ks. myös Heikki Seppälä, Kolmostelevisio teetti viime vuonna noin 500 tuntia kotimaisia ohjelmia, *Helsingin Sanomat* 29.3.1989.
174 Elfving 2008, 248.
175 Tauno Äijälä, Kolmostelevision kotimainen ohjelmisto: 11.9.1986 mennessä saadut tarjoukset, Kolmostelevision muistio 14.9.1986 10 (TÄK); Kolmoskanava tiedottaa, Tiedote 5.2.1987 (HSK).
176 Lassila 1989, 81.
177 Tauno Äijälä, Kolmostelevision kotimainen ohjelmisto: 1.9.1986 mennessä saadut tarjoukset, Kolmostelevision muistio 14.9.1986 4–6 (TÄK); Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010.
178 Asko Apajalahti, puhelinhaastattelu 2.9.2010.
179 Lassila 1989, 78–82.
180 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010.

181 Lassila 1989, 53–55.
182 Aarre Kanth, Kolmonen yllättää kotimaisuudellaan, *Uudet viestimet* 3/1987.
183 Aarre Kanth, Kolmonen yllättää kotimaisuudellaan, *Uudet viestimet* 3/1987.
184 Vilhunen 1996, 15–16.
185 EU:n televisiodirektiivi annettiin 1989. Ks. esim. Hellman 1995.
186 Kohvakka 1995, 20–21.
187 Kohvakka 1985, 30; Lassila 1989, 57–58.
188 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010.
189 Lassila 1989, 60.
190 Lassila 1989, 60–63.
191 Kolmosen kotimaisten kausikirje 4/88, Kolmostelevision kirje ohjelmanvalmistajille 13.9.1988 (HSK).
192 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Oy Kolmostelevisio Ab:n ja TTAM Media Ky:n sopimusluonnos, 2.1.1987 (TÄK).
193 Jouko Laihanen, Kotimaisissa tv-ohjelmakaupoissa tuottaja kamppailee ostajan markkinoilla, *Helsingin Sanomat* 22.11.1990.
194 Oy Kolmostelevisio Ab:n ja TTAM Media Ky:n sopimusluonnos, 2.1.1987 (TÄK); Tauno Äijälän esitys kotimaisiksi ohjelmahankinnoiksi Oy Kolmostelevisio Ab:n hallitukselle 8.12.1987 (TÄK).
195 Tauno Äijälä, MIPCOM 86 ja Lontoo, Matkakertomus 3.11.1986, 3 (TÄK).
196 Lassila 1989, 89; Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukkola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 21 (LVMA).
197 Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997.
198 Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997.
199 Ellis 2000, 132.
200 Ks. Hellman 1999a, 288–292.
201 Ks. esim. Nurmi 2004.
202 Kaarlela 2004, 30–31.
203 MTV:n hinnasto, kevät 1988, 3 (KK).
204 Kolmosen kevät 89: Kevätohjelmisto ja hinnasto, 8 (KK).
205 Kaarlela 2004, 36.
206 Ks. Rogers 1962.
207 Kolmoskanavan katsojista tehtiin jo tutkimus, *Helsingin Sanomat* 8.12.1986; Helsinkiläisistä puolet katselee Kolmoskanavaa, *Helsingin Sanomat* 10.1.1987; Mari Karttunen, Kuka katsoi Kolmoskanavaa? *Ilta-Sanomat* 15.1.1987; Helsinki Television tutkimuksen mukaan Kolmostelevisio aloitti vaisusti, *Helsingin Sanomat* 29.1.1987.
208 Ks. myös Risto Varteva, Kuka oikein katsoo kolmoskanavaa? *Helsingin Sanomat* 13.2.1987.
209 Suur-Helsingin sähköinen media -tutkimus 1987, Tutkimustietoa Kolmoskanavalta 1/88, 3 ja 8–9 (HHK).
210 Tiihonen 1989, 15–16.
211 Hellman 1989, 98–100; Hellman 1993, 45–46; Soramäki 1990, 25.
212 Tiihonen 1989; Hellman 1989. Ks. myös Heikki Hellman, Vasta maksulliset kanavat muuttavat katselutottumuksia, *Helsingin Sanomat* 11.1.1989; Heikki Hellman, Kolmosen katselu kasvaa vakaasti, *Helsingin Sanomat* 22.2.1989.
213 *Joukkoviestintätilasto* 1991, 49.
214 Television katselututkimus Kolmoskanavan näkyvyysalueella, Tutkimustietoa Kolmoskanavalta 4/88, 2–3 (KK).
215 Panula 1993; Tiihonen 1989.
216 Salokangas 1996; Wiio 1998. Ks. myös Laukkanen 2006.
217 Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukkola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 12–13 (LVMA).
218 Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukkola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Liikenneministeriö, 11.2.1986 (1765/05/85), 13 (LVMA).
219 Heikki Koskinen, Lars-Peter Ringbom ja Tauno Äijälä, Kolmoskanava Ohjelmaryhmän loppuraportti 16.10.1985, 7 (MTVA).
220 Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukkola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 12–13 (LVMA).
221 Raimo Ruohisto, Ilkka Jalamo, Martti Soramäki ja Thomas Zilliacus, Kolmoskanava: Mainonta ja maksu-tv, Myynti- ja markkinointityöryhmän raportti 15.10.1985, 15–17 (MTVA); Martti Juva, Hannu Marsalo ja Eero Heliö, Kolmoskanava: tekniikka, Tekniikka/teollisuusryhmän loppuraportti 16.10.1985, 4–5 (MTVA).
222 Erkka Sointula, Maksu-tv-järjestelmän esittely 3-kanavalle, Salora Oy:n muistio 13.12.1985 (ELKA 3777: 173).
223 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010.
224 Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010.
225 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Juha-Pekka Louhelainen, haastattelu 10.9.2010; Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010.
226 Marja-Liisa Pollari, Heikki Lehmusto tekee raha-automaattia kuvaruutuun, *Suomen Sosialidemokraatti* 16.4.1987.
227 Heikki Vahala, Tilaus-tv, Kolmostelevision muistio 25.8.1987 (MTVA); Kolmostelevision toimintakertomus 1.1.–31.12.1987 (MTVA); Eija Kallioniemi, MTV kituu, mutta Kolmostelevisio pysyy mainoskyydissä, *Ilta-Sanomat* 23.4.1988.
228 Ks. esim. MTV:n vuosikertomus 1985, 11; MTV:n vuosikertomus 1986, 4.

229 Harry Köhler, Kolmoskanavan markkinointisuunnitelma, Kolmostelevision muistio 16.1.1987 (MTVA).

230 Oy Kolmostelevisio Ab:n ja MTV Oy:n sopimus mainonnan myynnistä 14.5.1987 (MTVA); Kolmostelevision toimintakertomus 1.1.–31.12.1987 (MTVA); Harry Köhler, puhelinhaastattelu 24.8.2010.

231 Televisio on kaupankäynnin media, Kolmoskanavan ja MTV:n esite 1987 (KK); Media Kolmonen: Vaihtoehto luokitellulle ilmoittelulle, Kolmoskanavan esite 1989 (KK).

232 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Televisio on elävä merkkitavaramedia, Kolmoskanavan ja MTV:n esite 1987 (KK).

233 Alueellisen televisiomainonnan käyttöopas, Kolmoskanavan esite 1989 (KK).

234 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.4.2010; Kolmostelevision toimintakertomus 1.1.1988–31.5.1989 (MTVA).

235 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010.

236 MTV pehmittää jo Kolmoskanavan paikallismainostajia: Mainosaikaa pilkkahintaan, *Ilta-Sanomat* 17.10.1986; Reijo Kemppinen, Yhdeksän tv-kanavan "paratiisi": Kolmoskanava käynnistää sodan, jossa mainostaja voittaa, *Uusi Suomi* 30.11.1986.

237 MTV:n hinnasto 1.1.–31.12.1987 (KK); Kolmoskanava tuo alueellisen tv-mainonnan ulottuvillesi, Kolmoskanavan esite 1987 (KK).

238 Kolmostelevision toimintakertomus 1.1.–31.12.1987 (MTVA); Kolmoskanava ei kiinnosta mainostajia: Toimitusjohtaja Lehmusto syytti MTV:n markkinointia, *Uusi Suomi* 12.5.1987; Kiuru 1992, 185–187.

239 MTV Oy:n vuosikertomus 1987, 6; Marjut Jousi, Miten köyhä oikein olet, MTV? *Katso* 18/1987; Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukkola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 9 (LVMA).

240 MTV:n hallituksen ptk 5/8.4.1987 (MTVA); MTV:n hallituksen ptk 6/19.5.1987 (MTVA).

241 Kolmostelevision varsinaisen yhtiökokouksen ptk 10.6.1987 (PRH); Jyrki Pakarinen, Kolmostelevision taloudellinen tilanne ja sen edellyttämät toimenpiteet, Yleisradion keskuskanslian muistio 26.5.1987 (MSK); Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009; Kiuru 1992, 186–187.

242 Simo Karttunen, Sirkka Manni-Loukkola ja Timo Siivonen, Liikenneministeriön uusia tv-kanavia tarkastelevan taloustyöryhmän selvitys, Liikenneministeriö 11.2.1986 (1765/05/85), 34–35 (LVMA).

243 MTV:n hallituksen ptk 6/19.5.1987 (MTVA).

244 MTV-pikaspotti, MTV Oy:n tiedote mainos- ja mediatoimistoille 11.4.1987 (MTVA); Mediamestarit Oy:n Mediatiedote 12.4.1987 (MTVA); Heikki Lehmuston kirje Oy Kolmostelevisio Ab:n hallitukselle 15.4.1987 (MTVA).

245 Sakari Kiuru, MTV:n ongelmien heijastuminen YLE–MTV-yhtiösuhteisiin, Katsaus Yleisradion hallintoneuvostolle, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 5/22.4.1988, liite 22 (YLEA).

246 Heikki Hellman, Kolmas pyörä on liitossa liikaa: Suomen mainosmarkat eivät riitä kahdelle kilpailevalle televisioyhtiölle, *Helsingin Sanomat* 27.11.1988.

247 MTV:n hallituksen ptk 7/29.5.1988 (MTVA); Jorma Sairanen, haastattelu 19.5.1997; Eija Kallioniemi, MTV kituu, mutta Kolmostelevisio pysyy mainoskyydissä, *Ilta-Sanomat* 23.4.1988; Pilkama tyrmää MTV:n ja kolmosen yhtymisen, *Ilta-Sanomat* 21.4.1988.

248 Liikenneministeriön arvio uusien televisiokanavien toteuttamiseen liittyvistä taloudellisista kysymyksistä, Oy Yleisradio Ab:n toimiluvan täydentäminen, Valtioneuvoston yleisen istunnon ptk 62/5.6.1986, liite 47 (KA).

249 Kolmostelevision tilinpäätökset 1986–1990 (PRH); Marja Perttula, Lehmusto: "Kolmosella menee hyvin": Satoja tuhansia katsojia lisää, *Uusi Suomi* 2.8.1988; Petri Hakala, Mainosajan myynnissä ollut vaikeuksia syksyllä: Kolmos-tv hakee lisää tulosta pidentämällä tilikauttaan, *Uusi Suomi* 22.10.1988; Kolmostelevision myynti notkahti selvästi lokakuussa, *Helsingin Sanomat* 9.11.1988; Kolmos-tv:n alkuvuosi voitollinen, *Helsingin Sanomat* 19.4.1989; Yle pitää yhden tv-yhtiön mallia turvallisimpana, *Helsingin Sanomat* 5.5.1989.

250 Sakari Kiuru, haastattelu 19.8.2009; Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.

251 Kolmostelevision toimintakertomus 1.6.1989–31.5.1990 (MTVA).

252 Tv yrittää takaisinvaltausta (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 5.9.1987.

253 *Joukkoviestintätilasto* 1993, 102.

254 Hellman 1999a, 129–131; Hoffrén 1993; Sauri 1995a, 20–21.

255 Tv yrittää takaisinvaltausta (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 5.9.1987; Kallis lasku virheistä (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 22.4.1988; Martti Soramäki, Tv-mainonnan markkinat ovat jo kyllästyneet, *Suomen Sosialidemokraatti* 30.11.1987; Sanomalehtien Liiton puheenjohtaja Timo Laatunen: Mainostelevision ongelmiin pelastus pörssistä, *Helsingin Sanomat* 6.5.1988; Sanoma Oy:n Matti Anderzén: Kolmosen perustaminen Ylen suuri erehdys, *Uusi Suomi* 5.11.1988; Antti-Pekka Pietilä, Kolmos-tv:n salattu tappio on 10 miljoonaa, *Ilta-Sanomat* 24.8.1989.

256 Liikenneministeri Matti Luttisen haastattelu *Ajankohtaisessa Kakkosessa* 25.3.1986, ks. http://www.yle.fi/player/player.jsp?name=E1%E4v%E4+arkisto%2F004121.

257 Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010; Yle jakaisi tv-kanavat uusiksi: Mainokset kolmoskanavalle, *Ilta-*

Sanomat 1.9.1988; Ylen johto uudistaisi television kanavajaon: Kaksi palvelukanavaa – MTV ja Kolmonen yhteen, *Uusi Suomi* 1.9.1988; Marja Perttula, MTV:n ja Kolmosen mainoskanava rahoittaisi Ylen toiminnan, *Uusi Suomi* 1.9.1988.

258 Paavo Väyrynen, Kolmoskanava, *Suomenmaa* 17.5.1986; Kai Törnblom, Kolmas televisiokanava: ns. Väyrysen malli, Liikenneministeriön muistio 22.5.1986 (MSK).

259 Pilkama tyrmää MTV:n ja kolmosen yhtymisen, *Ilta-Sanomat* 21.4.1988; Reino Summanen, MTV – hyvä yhtiö kurjassa jamassa, *Ilta-Sanomat* 21.4.1988.

260 Arto Hyvönen, Mainoksilla saataisiin rahaa kotimaiseen ohjelmatuotantoon: Television lupamaksuja on korotettu Kiurun mielestä liian hitaasti, *Uusi Suomi* 21.3.1988; Sakari Kiuru perustelee mainoslähetyksiä: Television katsojat pitävät mainoksista, *Ilta-Sanomat* 21.3.1988.

261 Yleisradiotoiminnan sekasikiö (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 22.3.1988; Yle ja mainokset (pääkirjoitus), *Ilta-Sanomat* 22.3.1988; Sirpalepolitiikkaa (pääkirjoitus), *Suomen Sosialidemokraatti* 22.3.1988; Enää pieni ero (pääkirjoitus), *Aamulehti* 22..3.1988; Yleisradion suunnasta aloitettava keskustelu (pääkirjoitus), *Uusi Suomi* 23.3.1988; Järjestöt arvostelevat Ylen mainoshanketta, *Helsingin Sanomat* 25.3.1988; Yleisradion hallintoneuvoston ptk 3/25.3.1988 (YLEA).

262 Tauno Äijälä, Aamuohjelmaprojekti, MTV:n esitys Yleisradiolle 27.5.1988, MTV:n hallituksen ptk 7/29.5.1988, liite (MTVA).

263 Eero Pilkama, haastattelu 22.9.2009; Jaakko Paavela, haastattelu, 17.9.2009.

264 Kari Vanhapiha, MTV:n talous – Ylen suuri huolenaihe, *Sanomalehtimies* 18.4.1988; MTV:n hallituksen ptk 7/29.5.1988 (MTVA). Ks. myös Jaakko Paavela, MTV:n toiminta 1990-luvun alussa, Muistio 30.5.1988, MTV:n hallituksen ptk 8/3.7.1988, liite (MTVA).

265 Tv:n rakennemuutokseen herättiin turhan myöhään (pääkirjoitus), *Uusi Suomi* 22.4.1988; Seppo Sisättö, Nyt on aika purkaa Ylen ja MTV:n pakkoavioliitto, *Uusi Suomi* 24.4.1988; Johannes Koroma, Viimeinen taisto television hegemoniasta, *Uusi Suomi* 24.4.1988.

266 Kiuru 1992, 187–188; Sakari Kiuru, MTV:n ongelmien heijastuminen YLE–MTV-yhtiösuhteisiin, Katsaus Yleisradion hallintoneuvostolle, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 5/22.4.1988, liite 22 (YLEA).

267 Kiuru 1992, 188–191; Timo Laatunen, Isonjaon aika sähköisessä viestinnässä, *Suomen Lehdistö* 5–6/1989.

268 Kiuru 1992, 188–191.

269 Kiuru 1992, 190; Salokangas 1996, 406.

270 Martti Soramäki, Muistio Yleisradio linjanvedoista liikenneministeriön tiedusteluun, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 2.6.1988 (YLEA).

271 Ks. Pääministeri Harri Holkerin hallituksen ohjelma 30.4.1987, http://www.valtioneuvosto.fi/tietoa-valtioneuvostosta/hallitukset/hallitusohjelmat/vanhat/holkeri/fi.jspprint (luettu 2.11.2009).

272 Liikenneministeri Pekka Vennamon ja kansliapäällikkö Juhani Korpelan kirjelmä 49 yhteisölle, Liikenneministeriö 18.4.1988 (582/30/88) (LVMA).

273 Kulmanen 1991, 72–84.

274 Kulmanen 1991, 91–94.

275 Yleisradion lausunto liikenneministeriölle yleisradiolainsäädännön tarpeellisuudesta 8.9.1988 (582/30/88) (LVMA).

276 MTV:n lausunto yleisradiolainsäädännön uudistamista koskevaan liikenneministeriön kyselyyn (582/30/88), Luonnos 31.8.1988, MTV:n hallituksen ptk 10/7.9.1988, liite 1 (MTVA). Yhtiön hallintoneuvosto hyväksyi lausunnon viikkoa myöhemmin, ks. MTV:n hallintoneuvoston ptk 4/15.9.1988 (MTVA).

277 Yle jakaisi tv-kanavat uusiksi: Mainokset kolmoskanavalle, *Ilta-Sanomat* 1.9.1988.

278 Keskuskauppakamari ja TKL haluavat mainoskanavan, *Helsingin Sanomat* 2.9.1988; Iivari moittii kokoomuksen MTV-suunnitelmia, *Helsingin Sanomat* 3.9.1988; Marja Perttula, Tv-kanavien uusjaosta syntymässä toimilupakiista, *Uusi Suomi* 2.9.1988; Elinkeinoelämä vaatii omaa toimilupaa mainoskanavalle, *Uusi Suomi* 2.9.1988.

279 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Juha-Pekka Louhelainen, haastattelu 10.9.2010.

280 Kolmostelevision lausunto liikenneministeriölle yleisradiojärjestelmän kehittämisestä ja yleisradiolainsäädännön uudistuksen tarpeellisuudesta 23.9.1988 (582/30/88) (LVMA); Kolmostelevisio ei ota kantaa tv-kanavien jakoon, *Helsingin Sanomat* 24.9.1988.

281 Heikki Lehmuston kirje Kolmosen henkilökunnalle 1.9.1988 (HSK).

282 Mariitta Hämäläinen, haastattelu 1.9.2010; Marjatta Möttölä, Kolmoskanava menettää ensimmäisen työntekijänsä, *Helsingin Sanomat* 15.9.1989.

283 Kaj-Peter Mattsson, Viestinnän hallittu rakennemuutos, *Suomen Sosialidemokraatti* 5.10.1987.

284 Pekka Vennamo: Kolmostelevisio säilytettävä kanavien uusjaossa, *Helsingin Sanomat* 28.9.1988.

285 Jyrki Pakarinen, Hahmotelma Yleisradion toimiluvan nojalla toimivan kaupallisen televisiotoiminnan yritysjärjestelyiksi, Yleisradion muistio 25.10.1988, 1–2 (MSK).

286 Jouni Mykkäsen muistiinpano puheenjohtajien kokouksesta 26.10.1988, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavien rakennetyöryhmän ptk 31.10.1988, liite (YLEA); MTV on tulevan mainoskanavan isäntä: "Järjestelyyn tähtäävät keskustelut aloitettu Yleisradion kanssa", *Uusi Suomi* 26.10.1988.

287 Kiuru 1992, 191–194; Yleisradion ja MTV:n tv-kanavien rakennetyöryhmän ptk 31.10.1988 (YLEA); Yleisradion

ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan ptk 13.1.1989 (YLEA).

288 Yleisradion ja MTV:n tv-kanavien rakennetyöryhmän ptk 23.11.1988, liitteet 1 ja 2 (YLEA).

289 Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n aiepöytäkirja, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/16.12.1988, liite 48 (YLEA).

290 Toimitusjohtaja Timo Laatunen: "Luontevaa ottaa lehtitalot mukaan", *Aamulehti* 4.12.1998.

291 Heikki Hellman, Kolmas pyörä on liitossa liikaa: Suomen mainosmarkat eivät riitä kahdelle kilpailevalle televisioyhtiölle, *Helsingin Sanomat* 27.11.1988; MTV:n hallituksen ptk 14/15.11.1988 (MTVA).

292 Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan ptk 20.1.1989 (YLEA).

293 Jorma Miettinen, sähköpostitiedonanto 19.4.2011.

294 Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 26.1.1989 (YLEA); Jyrki Pakarinen, Kaupallisen tv-toiminnan yritysrakenne ja omistuspohjan laajentaminen, Yleisradion muistio 1.2.1989, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 26.1.1989, liite 5 (YLEA); MTV hakee laajempaa pohjaa: Lehdistö mukaan omistajaksi, *Suomen Sosialidemokraatti* 7.4.1989; MTV haluaa lehtiyhtiöt kolmoskanavan rahoitukseen, *Ilta-Sanomat* 7.4.1989.

295 Kiuru 1992, 190.

296 Kulmanen 1991, 93; Sanomalehtien Liiton lausunto liikenneministeriölle yleisradiojärjestelmän kehittämisestä ja yleisradiolainsäädännön uudistuksen tarpeellisuudesta 21.9.1988 (582/30/88) (LVMA).

297 Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 9.2.1989, liite 1 (YLEA).

298 Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009; Yleisradion hallintoneuvoston ptk 1/6.1.1989 (YLEA); Yleisradion hallintoneuvoston ptk 2/17.2.1989 (YLEA); Sakari Kiuru, Television kanavajaon ongelmia, Alustus Yleisradion hallintoneuvostossa 17.2.1989, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 2/17.2.1989, liite 15 (YLEA); Kokoomus haluaa Kolmostelevision kokonaan MTV:lle, *Helsingin Sanomat* 18.3.1989; Markku Vento, Onko Ylellä ja MTV:llä kanttia tappaa Kolmonen? *Ilta-Sanomat* 26.4.1989; Televisioneuvottelut jatkuvat ainakin kesäkuuhun saakka, *Helsingin Sanomat* 28.4.1989.

299 Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 9.3.1989 (YLEA); MTV:n hallituksen ptk 4/19.4.1989 ja 5/26.4.1989 (MTVA); Kiuru 1992, 194; Sakari Kiuru, haastattelu 19.8.2009.

300 Ks. esim. Yleisradion ja MTV:n tv-kanavien rakennetyöryhmän ptk 23.11.1988 (YLEA).

301 Jouni Mykkäsen muistiinpano puheenjohtajien kokouksesta 26.10.1988 (YLEA); Kiuru 1992, 190–191.

302 Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009; Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009; Kiuru 1992, 194–195.

303 Kolmostelevisio siirtyy MTV:n tytäryhtiöksi, *Helsingin Sanomat* 12.5.1989; Sakari Kiuru, Yleisradio ja MTV yhteistyöllä 1990-luvulle, Selonteko hallintoneuvostolle 19.5.1989, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 5/19.5.1989, liite 27 (YLEA).

304 Jussi Tunturi, haastattelu 17.9.2009; Sakari Kiuru, haastattelu 19.8.2009; Kiuru 1992, 195; Jaakko Paavela, haastattelu 17.9.2009; Kolmostelevisio siirtyy MTV:n tytäryhtiöksi, *Helsingin Sanomat* 12.5.1989.

305 Antti Lagerroos, haastattelu 20.8.2009.

306 Martti Partanen, Kolmas valtakunnallinen televisioverkko: Keskeisimmät taloudelliset vaikutukset, Muistio 8.2.1989, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 16.2.1989, liite 2 (YLEA).

307 Jorma Miettinen, Kolmannen verkon operointilaskelma, Muistio 2.3.1989, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 3.3.1989, liite 3 (YLEA).

308 Martti Partanen, Kolmas valtakunnallinen televisioverkko: Yhteenveto taloudellisista vaikutuksista, Muistio 15.3.1989, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan pöytäkirja 16.3.1989, liite 1 (YLEA); Jorma Miettinen, Liikevaihtoerojen syyt eri organisaatiomalleissa, Muistio 7.4.1989, MTV:n hallituksen ptk 4/19.4.1989, liite 1b (MTVA); Yle pitää yhden tv-yhtiön mallia turvallisimpana, *Helsingin Sanomat* 5.5.1989; Kolmostelevisio siirtyy MTV:n tytäryhtiöksi, *Helsingin Sanomat* 12.5.1989.

309 Jouni Mykkäsen muistiinpano puheenjohtajien kokouksesta 26.10.1988 (YLEA); Aiepöytäkirja, MTV:n luonnos 9.11.1988, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavien rakennetyöryhmän pöytäkirja 10.11.1988, liite 3 (YLEA); Jorma Miettinen, sähköpostitiedonanto 19.4.2011.

310 Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n perussopimus, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1989, liite 44 (YLEA).

311 Hellman 1999a, 161–162.

312 Lehmusto hyväksyy MTV:n pääomistajaksi, *Ilta-Sanomat* 12.5.1988.

313 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1989, liite 40 (YLEA).

314 MTV:n hallintoneuvoston ptk 2/1.6.1989 (MTVA); Sakari Kiuru, Kymmenvuotinen sopimus tv-kanavajaon avaajaksi, Katsaus Yleisradion hallintoneuvostossa, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1989, liite 39 (YLEA); Hallintoneuvosto sinetöi television uuden kanavajaon: Kiuru kiitti kymmenen vuoden linnarauhan syntyä, *Helsingin Sanomat* 10.6.1989. Ks. myös Salokangas 1996, 408–409.

315 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 5/17.5.1989 (YLEA); Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1989 (YLEA).

316 Marja Perttula, Valtioneuvosto ratkaisee toimiluvin, ketkä tv-toimintaa maassa harjoittavat: Elinkeinoelämä ja liikenneministeri sotaan MTV:n ja Yleisradion

uhkaavaa viestintämonopolia vastaan, *Uusi Suomi* 23.1.1989; Timo Vuortama, Vennamo esittää muutoksia lupamaksujärjestelmään: Terveisiä Thatcherin Englannista? *Sanomalehtimies* 6.2.1989; Matti Kinnunen, Liikenneministeri Pekka Vennamo pitää lehdistölle oven auki valtakunnalliseen tv-toimintaan: "Tulevaisuuden viestintärakenteesta keskustellaan aivan liian vähän", *Suomen Lehdistö* 1/1989; Pekka Vennamo varoittaa: Ylelle ja MTV:lle ei mainosmonopolia, *Ilta-Sanomat* 17.5.1989.

317 Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n kauppakirja 3.11.1989 (MTVA); MTV:n hallituksen ptk 10/5.9.1989, 11/28.9.1989, 12/13.10, 1989 ja 13/8.11.1989 (MTVA). Ks. myös PM koskien Yleisradion ja MTV:n hintasopimusta vuodelle 1990, periaatteita sopimuksesta vuodelle 1991–1992 sekä Kolmostelevision osakkeiden myyntiä MTV:lle, MTV:n hallituksen ptk 11/28.9.1989, liite 1 (MTVA); Kolmostelevision osake-enemmistön osto, MTV:n muistio 31.8.1989, MTV:n hallituksen ptk 10/5.9.1989, liite 2 (MTVA).

318 Ylelle toimilupa kymmeneksi vuodeksi: Kotimaisia televisio-ohjelmia on ostettava ulkopuolisilta, *Helsingin Sanomat* 14.12.1989; Oy Yleisradio Ab:n toimilupa, 14.12.1989, VnP 1943/33/89. Ks. myös *Ohjelmatoiminnan säännöstö* 1992, 22–24.

319 Salokangas 1996, 409.

320 Salokangas 1996, 409.

321 Ohjelmistoa ja yhteistyötä koskevia ehtoja käsitellään tarkemmin kirjan seuraavassa jaksossa.

322 Ks. Timo Laatunen, Isonjaon aika sähköisessä viestinnässä, *Suomen Lehdistö* 5–6/1989; Marja Perttula, Yleisradio antoi siunauksensa televisiokanavien uusjaolle, *Uusi Suomi* 10.6.1989; Isäntä ja renki (pääkirjoitus), *Aamulehti* 13.5.1989.

323 Kaksi kanavaa riittää Ylelle (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 5.5.1989; Laiha kompromissi kymmeneksi vuodeksi (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 15.5.1989.

324 Jorma Miettinen, Kolmannen verkon ohjelmatoiminta, MTV:n muistio 14.3.1989, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan ptk 16.3.1989, liite 2 (YLEA); Kolmannen televisioverkon ohjelmatoiminnan periaatteet, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1989, liite 42 (YLEA).

325 Soramäki 1990, 23.

326 Soramäki 1990, 23.

IV Kohti kanavauudistusta (1990–1993)

1 Sakari Kiuru, Kymmenvuotinen sopimus tv-kanavajaon avaajaksi, Katsaus Yleisradion hallintoneuvostossa, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1989, liite 39 (YLEA).

2 Pääjohtaja Sakari Kiuru: Kolmostelevisiota on hoidettu hyvin, *Ilta-Sanomat* 29.5.1989; Marja Perttula, Uuden kanavajaon arkkitehti Sakari Kiuru tilittää kevään tunnelmia: MTV halusi valtaa muttei vastuuta, *Uusi Suomi* 29.5.1989.

3 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 9/13.10.1989 (YLEA).

4 Ks. esim. Hellman 1999a; Nurmi 1997; Salokangas 1996; Soramäki 1994; Wiio 1998.

5 Jorma Sairanen, MTV:n ja Kolmostelevision ulkomaisten ohjelmahankintojen yhdistämisestä, MTV:n muistio 21.6.1989 (TÄK); Jorma Sairanen, haastattelu 19.5.1997.

6 Kolmostelevision hallituksen ptk 3/23.3.1990 (MTVA).

7 Jorma Sairanen, MTV:n ja Kolmostelevision ulkomaisten ohjelmahankintojen yhdistämisestä, MTV:n muistio 21.6.1989 (TÄK).

8 Hellman 1999a, 197–199 ja 349–368.

9 Jorma Sairanen, haastattelu 19.5.1997; MTV:n vuosikertomus 1989, 8.

10 Jorma Miettinen, MTV:n ja Kolmostelevision toimia yhtenäistetään, Kolmostelevision hallituksen ptk 5/10.5.1990, liite 3 (MTVA).

11 Jorma Miettinen, MTV:n ja Kolmostelevision toimia yhtenäistetään, Kolmostelevision hallituksen ptk 5/10.5.1990, liite 3 (MTVA).

12 Heikki Lehmusto, Tauno Äijälä ja Jorma Sairanen, Ulkomaisen ohjelmiston hankinta 1990–1993, MTV:n muistio 6.4.1990, Kolmostelevision hallituksen ptk 4/19.4.1990, liite 1 (MTVA); Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010.

13 MTV:n vuosikertomus 1989, 10 ja 17; Kolmostelevision tilinpäätökset 1988–1990 (PRH).

14 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Heikki Seppälä, Konsernissa noudatettava alihankintaohjelmapolitiikka, Kolmostelevision muistio 9.5.1990, Kolmostelevision hallituksen ptk 5/9.5.1990, liite 5 (MTVA).

15 Tauno Äijälä ja Jorma Sairanen, MTV-verkkokaavio, MTV:n muistio 11.10.1988 (TÄK); Ehdotus kolmannen kanavan ohjelmapolitiikan päälinjaukseksi, MTV:n muistio 9.12.1988 (TÄK); MTV:n vuosikertomus 1989, 8.

16 Jorma Miettinen, Kolmannen verkon ohjelmapolitiikka, Yleisradion ja MTV:n tv-kanavaneuvottelukunnan ptk 16.3.1989, liite 2.

17 Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n kolmatta televisioverkkoa koskeva perussopimus 29.5.1989, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1988, liite 44 (YLEA); Kolmannen televisioverkon ohjelmatoiminnan pääperiaatteet, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 6/9.6.1988, liite 42 (YLEA).

18 Syksystä 1991 alkaen *Huomenta Suomen* päättymisaika venytettiin kello 9:ään.

19 Lyytinen 2006, 152.

20 MTV:n vuosikertomus 1989, 8; MTV aloittaa aamulähetykset joulukuussa Kolmoskanavalla, *Helsingin Sanomat* 1.4.1989.
21 Wieten & Pantti 2005.
22 Lyytinen 2006, 151–152; Wieten & Pantti 2005, 22–27; Aamutelevisio saa kokeneet juontajat, *Ilta-Sanomat* 20.10.1989; Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010.
23 MTV Oy:n vuosikertomus 1990, 7; Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Tv yrittää aamiaispöytään (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 19.4.1989.
24 MTV Oy:n vuosikertomus 1991, 7; Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010.
25 Lähteenmäki 1999, 47.
26 Ks. myös Suominen 2007.
27 Hellman & Sauri 1988, 15–18; Niemi ym. 1991, 80–88.
28 Pekka Penttilä, Rock-sukupolven oma ohjelma No TV – vaihtoehto maksalaatikolle, *Katso* 36/1990; Jukka Kajava, Uuden kepeyden lippulaiva, *Helsingin Sanomat* 5.9.1990; Kari Siirtonen, Saku Tuominen ei ole mediaguru, *Katso* 2/1992.
29 Jussi Karjalainen, TV3 tuo bingon kotikatsomoihin, *Helsingin Sanomat* 1.2.1991; Eila Sarkama, Megavisa synnyttää syksyn kuumat kysymykset, *Katso* 33/1991.
30 Jussi Karjalainen, TV3 tuo bingon kotikatsomoihin, *Helsingin Sanomat* 1.2.1991; Kolmostelevision hallituksen pöytäkirja 2/28.2.1991 (MTVA).
31 Kolmostelevision hallituksen pöytäkirja 11/17.12.1992 (MTVA).
32 Jukka Kajava, Kunhan pysyvät hyvällä tuulella, *Helsingin Sanomat* 14.2.1992. Ks. myös Kortti 2007b, 568–571.
33 Ukkonen 2000, 256–258.
34 Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010; Jorma Sairanen, puhelinhaastattelu 12.11.2010.
35 Herkman 2006; Nikunen 2007; Ukkonen 2000.
36 Eeva-Kaarina Holopainen, Nyt tehdään uutta ohjelmakanavaa, *Ilta-Sanomat* 5.4.1990; Tauno Äijälän haastattelu 10.6.1994 ja 8.9.2010; Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997 ja 1.9.2010.
37 Kolmostelevision hallituksen ptk 4/19.4.1990, liite (MTVA); Kolmostelevision hallituksen ptk 10/29.11.1990 (MTVA).
38 Niin MTV:n kuin Kolmostelevision vuosikertomuksissa väitetään virheellisesti, että "keskeinen osa MTV:n viihdeohjelmista" olisi siirretty kolmosverkkoon jo syksyllä 1992. Ks. MTV:n vuosikertomus 1992, 6; Kolmostelevision toimintakertomus 1.1.1992–31.12.1992 (MTVA).
39 MTV keräsi lauantaina ennätysyleisön Kolmoskanavalle, *Helsingin Sanomat* 14.10.1992.
40 Marjut Jousi, Lama syö ohjelmia: MTV lopettaa Sunnuntairaportin, *Katso* 42/1991.
41 Silja Linko-Lindh, Viikon kisailutarjous: Tusinoittain halvemmalla, *Katso* 50/1990.
42 Annala 2006, 164–165.
43 Päivi Kaikkonen, MTV:n ja Kolmosen syksy on uutisia ja viihdettä, *Ilta-Sanomat* 13..8.1991; Raija Alanen, Hermunen hermostuu, *Katso* 8/1992.
44 Ks. Anna-Kaisa Hermusen haastattelu, *Suomen Televisio*, TV1 26.2.1993, http://www.yle.fi/elavaarkisto/?s=s&g=4&ag=28&t=539&a=4724 (luettu 18.2.2011).
45 Hujanen 1993, 20; Nuolijärvi 1999, 96.
46 Hietala 1997, 227–231; Rantalainen 2009, 55–71; Kari Siirtonen, Simo tahtoo seepran studioon, *Katso* 12/1992.
47 Näränen 1997, 227–231.
48 Marjut Jousi, Hyvät herrat kylmä hiki otsalla, *Katso* 3/1990; Ari Valjakka, Paasilinna ja Kaila tehokkuuskurssille, *Uusi Suomi* 21.10.1990; Marjut Jousi, Herrojen selusta turvattu: Nyt voi taas paukkua, *Katso* 5/1991.
49 Hietala 2007, 368.
50 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; *Onnenluku Kolmonen*, TV3 27.12.1992 (Crea Video, 1992) (HSK).
51 Aarno Laitinen, puhelinhaastattelu 29.11.2010.
52 Hietala 1994, 41; Hietala 2007, 365.
53 Koivisto kuuli kaikkia ryhmiä: Viihdesarjan Tollokin kävi Linnan portailla, *Helsingin Sanomat* 9.4.1991.
54 Bruun 2010.
55 Jukka Kajava, Satu päättyi, tosi alkoi, *Helsingin Sanomat* 8.2.1991; Jukka Kajava, Toisenlainen kuin ihminen, *Helsingin Sanomat* 15.4.1991.
56 Pernaa 2007, 108–109; Valaskivi 2007, 379.
57 Aarno Laitinen, puhelinhaastattelu; Kolmostelevision hallituksen ptk 4/19.4.1990 (MTVA); Kolmostelevision hallituksen pöytäkirja 5/16.5.1991 (MTVA); Kolmostelevision hallituksen pöytäkirja 9/10.11.1992 (MTVA).
58 Oona Tuomi, Piirrosiloa älyköille: Simpsonit ovat oikea perhe, *Katso* 34/1991.
59 Tarmo Poussu, Jopa neljä elokuvaa päivässä, *Katso* 3/1991; Pertti Avola, Määrääkö raaka kilpailu Ylen uuden linjan? *Helsingin Sanomat* 6.5.1992. Ks. myös Mikael Fränti, Elokuvia tulvii ruudusta, mutta onko tarjonta heikentymässä? *Helsingin Sanomat* 2.11.1992.
60 Petteri Holma, Kolmostelevisio hyllytti illan eroottisen elokuvan, *Ilta-Sanomat* 10.7.1990; Marjut Jousi, Suvitv:n ääripäät: Sallamari haittaa, porno maittaa, *Katso* 32/1990; Heikki Lehmusto, Kesän 1990 eroottiset elokuvat, Muistio 21.8.1990, Kolmostelevision hallituksen pöytäkirja 7/21.8.1990, liite (MTVA).
61 Mikael Fränti, Boel Söderling, MTV3: "Elokuvatarjontamme tulee olemaan kaupallista", *Helsingin Sanomat* 4.11.1992.
62 Kolmosen katsotuimmat, viikko 18, *Katso* 21/1992.
63 FantasiaFilmi, http://www.elonet.fi/company/yhfbmx/ (luettu 14.9.2010); Asko Apajalahti, puhelinhaastattelu 2.9.2010.

64 Jukka Kajava, ”Kotimainen näytelmä säilyy”: Kolmostelevision uusi ohjelmapäällikkö Solja Kievari voisi vaikka leikitellä sarjoilla, *Helsingin Sanomat* 18.4.1991; Kaikki kotona? antaa katsojien muokata tv-perheen elämää, *Helsingin Sanomat* 7.1.1992; Kaikki kotona? päättyy mutta palaute tulee hyötykäyttöön, *Helsingin Sanomat* 28.1.1992.

65 Jukka Kajava, Aikapommi tikittää Suomen sairaaloissa, *Helsingin Sanomat* 25.1.1990; Jukka Kajava, Suomi-kuvaa tekemässä, *Helsingin Sanomat* 10.9.1990.

66 Anna Kerttu Wiik, Raportti seksiturismista: Osaako thaityttö sen paremmin? *Katso* 34/1991.

67 Hautakangas 2007, 387.

68 TV3 antoi Hantalle kenkää, *Ilta-Sanomat* 10.10.1990.

69 Jukka Kajava, Satelliittiajan televisionkatsojalla on mahdollisuus ”oman elämänsä toteuttamiseen”, *Helsingin Sanomat* 20.6.1991.

70 Tauno Äijälä, Miksi aikaa on jäljellä vain vuosi? MTV:n muistio 10.11.1987 (TÄK).

71 MTV-verkko 1.1.93 alkaen, Tauno Äijälän luonnos 11.10.1988 (TÄK).

72 Tauno Äijälä, haastattelu 10.6.1994.

73 Mainostelevisio valmistelee miltei täyden palvelun kanavaa, *Helsingin Sanomat* 18.8.1990; Marjatta Möttölä, Tv-kanava menestyy tutkituilla keinoilla, *Helsingin Sanomat* 4.5.1991.

74 Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010; Heikki Lehmusto, haastattelu 10.2.2010.

75 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010; Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010; Juha-Pekka Louhelainen, haastattelu 19.5.1997; Jorma Sairanen, haastattelu 19.5.1997.

76 Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010; Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010.

77 Vrt. Horen 1980; Lewine ym. 1985; Tiedge & Ksobiech 1986.

78 Nurmi 1991. Ks. myös Heikki Hellman, Uutisuudistus verotti vain vähän katsojalukuja: Puoli yhdeksän uutisilla yhä vahva johtoasema, *Helsingin Sanomat* 13.12.1990; Heikki Hellman, Tv-uutisten katsojamäärä laski viime vuonna lähes miljoonalla: Uutisuudistus vei katsojia sekä Ylen että MTV:n pääuutisilta, *Helsingin Sanomat* 12.8.1991.

79 Hellman 1999a, 389–403.

80 Hellman 1999a, 360–362.

81 Hellman 1999a, 406–408.

82 Heikki Seppälä, haastattelu 1.9.2010.

83 Ruoho 2004.

84 Jukka Kajava, Uuden kepeyden lippulaiva, *Helsingin Sanomat* 5.9.1990.

85 Hellman 1999a, 365–367; *Joukkoviestintätilasto* 1991, 44–45.

86 Hellman 1999a, 370–373.

87 Ishikawa ym. 1996.

88 MTV:n vuosikertomus 1991, 13.

89 Kohvakka 1995, 30.

90 Kaisa Hakkarainen, Tv-ohjelmien pikkutuottajat ahdingossa, *Helsingin Sanomat* 20.6.1991.

91 *Suomalainen elokuva- ja televisiotuotanto* 1995, 21–22 ja 27–28.

92 Honkapohja & Koskela 1999; Kiander & Vartia 1998.

93 Ks. Aslama & Kivikuru 2002.

94 *Joukkoviestintätilasto* 1995, 29.

95 Sauri 1993, 11–12; Sauri 1995a, 17–21. Ks. myös Olli Ainola, Sanan ja kuvan sota, *Suomen Kuval*ehti 30/1995.

96 Hoffrén 1993, 46 ja 98.

97 Jorma Lehtola, Ylä-Lapissa ehdittiin hikeentyä: Mitä? Ei Napakymppiä napapiirin takana? *Katso* 13/1992.

98 Hellman 1999a, 197–198; Sauri 1998b, 112–113. Sanomien hallintaan PTV siirtyi lopullisesti 1994, kun Sanoma Oy:n tytäryhtiö Helsinki Media Company osti viimeisetkin Aamulehti-yhtymän omistamat osakkeet.

99 Sirkiä-Jarva 2007, 469–470.

100 Sauri 1998b, 112–116. Ks. myös Marjatta Möttölä, Kaapelikanavat ovat myös mukana kanavakilpailussa, *Helsingin Sanomat* 22.11.1992.

101 Ks. Kaarlela 2004; Kannisto 2005.

102 Suhonen 2006, 142–143.

103 Marja Perttula, MTV hakee apua alamäkeen Monitor-tiedoista: Mainostajat hyödyntävät nyt asenteita ja elämäntapoja, *Uusi Suomi* 8.8.1988.

104 Kolmoskanavan syksy 1990, kausiesite, 32 (HHK).

105 Media 2, MTV Tutkimus II/1992, 1.6.–31.12.92 (KK).

106 *Katso* 16/1990; *Katso* 41/1990; *Katso* 12/1991; *Katso* 44/1991; *Katso* 21/1992; *Katso* 37/1992; *Katso* 46/1992; *Katso* 47/1992; *Katso* 2/1993; TV3:n katsojaluvut lähestyvät ykkösen ja kakkosen katsojalukuja, *Helsingin Sanomat* 9.9.1992; Kolmoskanava veti miljoonayleisön Miss Skandinavia -kisoilla, *Helsingin Sanomat* 15.9.1992; MTV keräsi lauantaina ennätysyleisön Kolmoskanavalle, *Helsingin Sanomat* 14.10.1992.

107 Ks. Jääsaari 1996.

108 Nurmi 1997, 31.

109 Nurmi 1994, 34.

110 Hellman 1993, 45–46; Sauri 1998b, 114–116.

111 Juha-Pekka Louhelainen, haastattelu 19.5.1997; Heikki Seppälä, haastattelu 25.6.1997.

112 Sauri 1998a, 84–86; Sauri & Picard 2001, 27–30. – Vuonna 1995 sanomalehdistön osuus Suomen mediamainonnasta oli 58 prosenttia ja television 22 prosenttia.

113 Sauri & Picard 2001, 24–25.

114 Hoffrén 1993, 65–75; Marina Österlund-Karinkanta, Kolmostelevision alueellinen ja valtakunnallinen mainonta, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 23.1.1992 (YLEA).

115 Hoffrén 1993, 51–52; MTV:n vuosikertomus 1990, 4; Marina Österlund-Karinkanta, Kolmosen alueellinen

ja valtakunnallinen mainonta, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 23.1.1992 (YLEA).

116 Kolmosen syksy 1991, ohjelmaesite ja hinnasto, 30–31 (HHK).

117 Kolmostelevision hallituksen ptk 7/8.8.1990 (MTVA); Kolmostelevision toimintakertomukset 1990–1991 (MTVA).

118 MTV:n vuosikertomus 1992, 4; Marina Österlund-Karinkanta, Mainonnan sisältörakenne medioiden vahvuus/heikkoustekijänä, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 23.1.1992 (YLEA).

119 Kolmostelevision hallituksen ptk 3/20.3.1992; Kolmostelevision hallituksen ptk 4/25.4.1992; Suoramyyntilähetykset alkavat syksyllä Kolmoskanavalla, *Helsingin Sanomat* 3.4.1992; MTV alkaa myydä pitkiä suoramyyntimainosaikoja: Tv-ostokset tulevat Suomeenkin syksyllä, *Keskisuomalainen* 3.4.1992; Marko Jokela, Kolmostelevisio avaa ostoskanavan: "Katso, soita ja osta" -periaate syyskuussa ensi kertaa Suomeen, *Helsingin Sanomat* 19.8.1992.

120 MTV:n vuosikertomukset 1990–1993; Kolmostelevision toimintakertomukset 1990–1992 (MTVA).

121 Tauno Äijälä, haastattelu 8.9.2010; Heikki Seppälä, Ohjelmabudjetti 1992, Muistio 13.1.1992, Kolmostelevision hallituksen ptk 1/15.1.1992, liite 1 (MTVA).

122 Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n hintasopimus 4.6.1990, Yleisradion hallituksen ptk 23/14.6.1990, liite 172 (YLEA); Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n hintasopimus 12.12.1991, Yleisradion hallituksen ptk 36/12.12.1991, liite 246 (YLEA); MTV:n vuosikertomukset 1990–1992; Kolmostelevision toimintakertomukset 1990–1992 (MTVA).

123 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 11/20.12.1990 YLEA); Mainoksia Ylen urheiluohjelmiin (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 27.12.1990.

124 Kolmostelevision hallituksen ptk 7/8.8.1990 (MTVA); Kolmostelevision varsinaisen yhtiökokouksen ptk 7.9.1990 (MTVA). Lagerroos oli jättäytynyt pois hallituksesta jo maaliskuussa erottuaan Nokian palveluksesta. Ks. Kolmostelevision ylimääräisen yhtiökokouksen ptk 23.3.1990 (PRH).

125 Ks. Häikiö 2001.

126 Kolmostelevision hallituksen ptk 3/11.3.1991 (MTVA); Kolmostelevision hallituksen ptk 5/16.5.1991 (MTVA); MTV ostaa Nokian ulos Kolmostelevisiosta: Kauppa maksetaan suunnatulla osakeannilla, *Helsingin Sanomat* 22.3.1991.

127 *Joukkoviestintätilasto* 1995, 62.

128 MTV:n vuosikertomus 1990, 3 ja 10.

129 Yleisradio maksoi 20 miljoonaa MTV:n osakkeista, *Uusi Suomi* 9.7.1991; Mainostoimistojen asema heikkenee: Ihatsun yhtiöt myivät MTV-osakkeitaan, *Kauppalehti* 10.7.1992; Ylen sijoitus MTV:hen 20 miljoonaa markkaa, *Helsingin Sanomat* 11.7.1991.

130 Ylen ystävällinen nurkanvaltaus (pääkirjoitus), *Uusi Suomi* 10.7.1991; Paasilinna paniikissa (pääkirjoitus), *Kauppalehti* 12.7.1991; Seppo Sisättö, Harkitsematon ja lyhytnäköinen nurkanvaltaus: Yle unohti roolinsa MTV:n osakeostoissa, *Uusi Suomi* 13.7.1991; Hannu Savola, Viestintäkasinoa iltajunassa, *Ilta-Sanomat* 13.7.1991; Mika Reinikainen, Paasilinna toivoo lupamaksujen korotuksista apua ahdinkoon, *Turun Sanomat* 11.7.1991; Matti Toivonen, Ylen eläkesäätiö tyytyi prosentin tuottoon, *Helsingin Sanomat* 12.7.1991; Kyösti Pärssinen, Jouni Mykkänen: Ylen omistusta MTV:stä lisättävä, *Helsingin Sanomat* 17.7.1991.

131 Salokangas 1996, 429–430. Ks. myös Sauri 1993, 36.

132 Tanu-Matti Tuominen, Reino Paasilinna vakuuttaa: Lupamaksuja ei koroteta vielä tänä vuonna, *Iltalehti* 11.7.1991.

133 Veikko Lappalainen, Paasilinna haluaa oikeaa tietoa MTV:stä, *Demari* 11.7.1991.

134 Olavi Jouslehto, Liikenneministeri Norrback on tyytymätön Ylen rooliin: MTV:n nurkanvaltauksesta ristivetoa Ylen johdossa, *Uusi Suomi* 10.7.1991; Jukka Ahonen, Yle kärkkyy mainosrahoja: MTV:n Paavela: "Mahdoton ajatus", *Kauppalehti* 12.7.1991; Esa Kaasalainen, MTV ja Paasilinna taas eri taajuuksilla: Yle kärkkyy mainosrahoja, *Iltalehti* 12.7.1991; Tanu-Matti Tuominen, Niemelä ei povaa hallintoneuvostolle kiihkeää kokousta, *Iltalehti* 11.7.1991.

135 Yleisradion hallintoneuvoston ptk 7/22.8.1991, liite 41 (YLEA); Ylen hallintoneuvosto hyväksyi eläkesäätiön kaupan: Liikenneministeriö tyytymätön kauppaan, *Helsingin Sanomat* 23.8.1991.

136 Sanoma Osakeyhtiö rahoitti MTV-ostoja, *Helsingin Sanomat* 22.11.1991; Lehdistön omistus MTV:stä nousi jo 38 prosenttiin, *Helsingin Sanomat* 23.11.1991; Lehdistö lopetti MTV-ostot: lehtiyhtiöiden yhteinen omistus nousi 38,8 prosenttiin, *Helsingin Sanomat* 26.11.1991.

137 Marko Jokela, Ylen kansliajohtaja Jussi Tunturi sähköisen viestinnän keskittymisestä: Lakimuutoksista keskusteltava, *Helsingin Sanomat* 18.12.1991.

138 MTV:n vuosikertomus 1991, 10; MTV:n anti merkittiin kokonaan, *Helsingin Sanomat* 4.2.1992.

139 Sauri 1993, 36; MTV:n vuosikertomus 1992, 10.

140 Hoffrén 1993, 55–56; Salokangas 1996, 429–430; Sauri 1993, 36. Ks. myös Pekka Hyvärinen, Lex Erkko? Pelokkaat poliitikot eivät uskalla puuttua viestinnän keskittymiseen, *Suomen Kuvalehti* 49/1991; Heikki Hellman, Lehdistö himoitsee television aluemainontaa: Tv-mainonnan menestys sai lehdet nurkkaamaan MTV:tä, *Helsingin Sanomat* 5.12.1991.

141 Olli Ainola, Sanan ja kuvan sota, *Suomen Kuvalehti* 30/1995.

142 Raimo Tuomi, Viihdettä kolmesta tuutista: Ensi vuo-

denvaihteessa toteutuva television kanavauudistus johtanee tarjonnan köyhtymiseen ja kepeään ohjelmistoon, *Aamulehti* 8.11.1992.

143 Tauno Äijälä, haastattelu 10.9.2010.

144 Nurmi 1997, 37–44.

145 TV3 tavoittaa marraskuun lopussa jo 96,6 prosenttia väestöstä, *Helsingin Sanomat* 29.10.1992.

146 MTV:n vuosikertomus 1992, 6; Martti Soramäki, Television kanavauudistus 1993, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 16.8.1993 (MSK).

147 Jukka Kajava, Televisioon tulee joulu ainainen, *Helsingin Sanomat* 22.11.1992. Pelko siitä, että ”molemmat televisioyhtiöt ryhtyvät vain kilpailemaan keskenään entistä kovemmin samankaltaisella ohjelmistolla”, toistui myös lehden pääkirjoituksessa. Ks. Avoin kilpailu alkaa (pääkirjoitus), *Helsingin Sanomat* 28.12.1992.

148 Päivi Mattila ja Pekka Tynell, Rakkaus juhli Pasilassa, *Ilta-Sanomat* 2.1.1993.

149 Tapani Länsiö, MTV3: Uljaassa seurassa, *Helsingin Sanomat* 20.2.1993; Lentävä pöllö siivittää kaikki yhdelle kanavalle, MTV:n tiedote 29.10.1992 (HHK). Ks. myös MTV:n pöllön tarina, http://www.mtv3.fi/ohjelmat/sivusto.shtml/viihde/mtv_50_v/historiaa?520225 (luettu 10.9.2010).

150 Katsotuimmat tv-ohjelmat 28.12.–3.1., *Helsingin Sanomat* 5.1.1993.

151 Marjatta Möttölä, Yleisradion tv-uutiset putosivat miljoonakerhosta, *Helsingin Sanomat* 12.1.1993; Katsotuimmat tv-ohjelmat 4.1.–10.1., *Helsingin Sanomat* 12.1.1993.

152 Jouko Laihanen, Vaimeita ääniä kanavauudistuksesta, *Helsingin Sanomat* 13.1.1993.

153 Wiio 1998, 91; Suuret yleisöt siirtyivät MTV3-kanavalle, MTV3:n tiedote 9.2.1993 (HHK).

154 Arto Pajukallio, Johtajat tyynnyttävät kanavahysteriaa: Vasta pitkä juoksu näyttää lopputuloksen, *Katso* 3/1993.

155 Juha Heiskanen, Yle möhli ja pahasti (pääkirjoitus), *Katso* 4/1993; Anna-Kerttu Wiik, Ylen auktoriteetti on vaarassa, *Katso* 9/1993; Ylessä sähläävät taas poliitikot, *Ilta-Sanomat* 25.1.1993; ”Romahdus” oli täysin odotettu, *Helsingin Sanomat* 26.1.1993; Seppo Sisättö, Miksi itkeä yhtä uutiskanavaa? *Helsingin Sanomat* 1.2.1993.

156 Marko Jokela, 50-vuotias Pöllölaakson mies ei malta olla hymyilemättä, *Helsingin Sanomat* 3.2.1993.

157 Reijo Rutanen, Paniikkikanava: MTV:n selkävoitto ajoi Yleisradion kaaokseen, *Suomen Kuvalehti* 18/1993.

158 Nurmi 1997, 45–46.

159 Nurmi 1997, 51–55 ja 99.

160 Nurmi 1997, 70–79.

161 Arto Pajukallio, Johtajat tyynnyttävät kanavahysteriaa, *Katso* 3/1993; Yleisradion johto tutkii tarvitaanko Uutistuntiin muutoksia, *Helsingin Sanomat* 14.1.1993; Paula Javanainen, Ylen uutistoimitus vaatii pikaratkaisuja: ”Jos on tehty iso virhe, on oltava rohkeutta korjata se”, *Iltalehti* 26.1.1993; Heikki Saari, Aarno Kailan ja muiden päälliköiden asema horjuu: TV1:n päälliköitä vaaditaan vastuuseen kanavamunauksesta, *Ilta-Sanomat* 8.2.1993; Sisäiset riidat kärjistyvät TV1:ssä: Työntekijät vaativat ohjelmapäällikön eroa, *Ilta-Sanomat* 13.2.1993.

162 Ilkka Jauhiainen, Uutistunti katosi jo eilen ohjelmatiedoista: Remontti uhkaa myös Suomen televisiota, *Iltalehti* 26.1.1993; Kaisa Hakkarainen, Kansa käski uutiset takaisin paikoilleen: Muutokset pakottavat miettimään uusiksi myös Suomen television, *Helsingin Sanomat* 27.1.1993; Juha-Pekka Tikka, Poliitikotkin myöntävät Yleisradion virheet: Palaako katsoja enää Ylelle? *Ilta-Sanomat* 27.1.1993.

163 Salokangas 1996, 426–427; Yleisradion hallintoneuvoston ptk 1/27.1.1993 (YLEA); TV1:n johtajalle puuhataan potkuja: Aarno Kailaa ajetaan ulos, Jarmo Virmavirtaa tilalle, *Ilta-Sanomat* 29.4.1993; Marjatta Möttölä, Ylen päättäjät vaativat muutoksia TV1:n johtoon, *Helsingin Sanomat* 30.4.1993.

164 Salokangas 1996, 431–432; Soramäki 1994, 40; Wiio 1998, 102–105.

165 Hellman 1999a, 208–211; Sauri 1996, 37–38.

166 Martti Soramäki, Television kanavauudistus 1993, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 16.8.1993 (MSK).

167 Hujanen 2002, 55–64; Nurmi 1997, 31–36; Wiio 1998, 82–88; Martti Soramäki, Television kanavauudistus 1993, Yleisradion viestinnän kehitysryhmän muistio 16.8.1993 (MSK).

168 Soramäki 1994, 36–37. Ks. myös Lowe & Alm 1997, 181–182; Salokangas 1996, 427–428.

169 Wiio 1998, 96–102.

170 Reijo Rutanen, Paniikkikanava: MTV:n selkävoitto ajoi Yleisradion kaaokseen, *Suomen Kuvalehti* 18/1993.

171 Hujanen 2002, 64–70.

172 Marko Jokela, Ole Norrback väläytteli mahdollisuutta myöntää MTV:lle oma toimilupa, *Helsingin Sanomat* 3.11.1992; *Julkinen palvelu 1990-luvun viestinnässä* (Liikenneministeriön julkaisuja 1/93), 55.

173 MTV Oy:n lausunto selvitysmies Seppo Niemelän raporttiin ”Julkinen palvelu 1990-luvun viestinnässä”, 12.1.1993 (38/30/92) (LVMA); Yleisradion hallintoneuvoston ptk 1/27.1.1993 (YLEA); Oy Yleisradio Ab:n lausunto selvityksestä ”Julkinen palvelu 1990-luvun viestinnässä”, 22.2.1993 (38/30/2) (LVMA).

174 MTV Oy:n toimilupa 2.9.1993, VnP 711/33/1993, 2 § (LVMA); Liisa Ero, MTV Oy:n toimilupahakemus, Liikenneministeriön viestintähallinto-osaston esittelymuistio 6.8.1993, Valtioneuvoston yleisistunnon ptk 83/2.9.1993, liite 26(1) (KA).

175 MTV Oy:n toimilupa 2.9.1993, VnP 711/33/1993, 4 §, 11 § ja 14 § (LVMA).

176 Oy Yleisradio Ab:n ja MTV Oy:n perussopimus, 15.12.1993, Yleisradion hallintoneuvoston ptk 8/15.12.1993 liite 38 (YLEA); MTV-konsernin vuosikertomus 1994, 21.

177 Pääministeri Esko Ahon hallituksen ohjelma 26.4.1991, http://www.valtioneuvosto.fi/tietoa-valtioneuvostosta/hallitukset/hallitusohjelmat/vanhat/aho/fi.jsp (luettu 15.7.2011).

178 Lowe & Alm 1997, 183; Soramäki 1994, 41–42; Marko Jokela, Ole Norrback otti Yle-lain vielä uuteen harkintaan, *Helsingin Sanomat* 27.8.1993.

179 Liikennevaliokunnan mietintö hallituksen esityksestä laiksi Oy Yleisradio-Rundradion Ab:stä, LiVM 14/1993 vp. (HE 124/1993 vp.), 2–4; Perustuslakivaliokunnan lausunto, PeVL 23/1993 vp. (HE 124/1993 vp.), 11; Katri Peltola, Valiokunta otti loppukirin Yleisradiomietinnön käsittelyssä eduskunnassa, *Helsingin Sanomat* 27.11.1993.

180 Eduskunnan ptk 97/17.9.1985, ptk 171 ja ptk 172/10.12.1993 sekä ptk 173/13.12.1993 (EK).

181 Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi Oy Yleisradio-Rundradion Ab:stä, HE 124/1993 vp., 1 ja 11. Ks. myös Laki Yleisradio Oy:stä, 1380/1993, 9–11 §.

182 Soramäki 1994, 39.

183 Salokangas 1996, 430.

184 Keskustelu siitä, että Yleisradiolle maksettava julkisen palvelun maksu vääristäisi kilpailua, heräsi vasta vuosikymmenen lopulla Nelosen käynnistyttyä. Ks. Hellman 2010b.

185 Seppo Niemelä, puhelinhaastattelu 28.7.2011.

186 Kolmostelevision hallituksen ptk 3/19.3.1993 ja 5/6.5.1993 (MTVA).

187 Kolmostelevision hallituksen ptk 8/25.9.1997 (MTVA); Kolmostelevision ylimääräisen yhtiökokouksen ptk 25.9.1997 (PRH).

V Kilpailun aikakauteen

1 Lower & Leaver 2003, 247.

2 Kivikuru 1998.

3 Freedman 2008.

4 Ks. esim. Pekonen 2011, 40–41.

5 Freedman 2006, 913–918.

6 Silvo 1988.

7 Ks. esim. Jyränki 1969; Salokangas 1996.

8 Ks. esim. Salokangas 1996; Soramäki 1990; Wiio 1998.

9 Laki televisio- ja radiorahastosta, 745/1998.

10 Ks. Hallin & Mancini 2004.

11 Hellman 2010a; Herkman 2009b, 2010 ja 2011; Jääsaari 2007; Nieminen 2009.

12 Murdock 2004.

13 Vrt. Collins 1998.

14 Nieminen & Pantti 2004; van Cuilenburg & McQuail 2003.

15 Hellman 2008 ja 2010a.

16 Ala-Fossi & Hujanen 2010; Hellman 2010b; Nieminen 2009.

17 Hujanen 2008, 69.

18 Hellman 2010a.

19 Chalaby & Segell 1999. Ks. myös Beck 1992.

20 Chalaby & Segell 1999, 362.

LÄHTEET JA KIRJALLISUUS



TUTKIMUSAINEISTOT JA ALKUPERÄISLÄHTEET

Arkistolähteet

Eduskunta, Helsinki (EK)
Eduskunnan pöytäkirjat 1984–1993.
Elinkeinoelämän keskusarkisto ELKA, Mikkeli (ELKA)
Nokia Oy:n kulutuselektroniikan tutkimuksen ja tuotekehityksen asiakirjat 1984–1993 (luvanvarainen).
Heikki Hellmanin kokoelma, Helsinki (HHK)
Kolmoskanavan valmisteluun liittyviä muistioita, 1985–1986.
Kolmostelevision ja MTV:n markkinointiaineistoa, 1985–1993.
Heikki Seppälän kokoelma, Vihti (HSK)
Kolmostelevisioon liittyviä videoita ja muistioita.
Kansallisarkisto, Helsinki (KA)
Valtioneuvoston pöytäkirjat 1985–1986 ja 1993.
Viestintäpoliittisen ministerivaliokunnan pöytäkirjat 1985–1986.
Valtioneuvoston raha-asiainvaliokunnan pöytäkirjat 1985–1986.
Kansalliskirjaston pienpainatekokoelma, Helsinki (KK)
Kolmostelevision ja MTV:n markkinointiaineistoa, 1985–1993.
Keskustan ja Maaseudun Arkisto, Helsinki (KMA)
Keskustan työvaliokunnan pöytäkirjat 1985–1989.
Keskustan puoluehallituksen pöytäkirjat 1985–1989.
Keskustan puoluevaltuuskunnan pöytäkirjat 1985–1989.
Keskustan eduskuntaryhmän pöytäkirjat 1985–1989.
Liikenne- ja viestintäministeriön arkisto, Helsinki (LVMA)
Kolmoskanavan taustaselvitykset 1985–1986.
Kolmoskanavan ja Kanava Kolmen toimilupahakemukset 1985.
Yleisradiolainsäädännön uudistamista koskenut lausuntokierros 1988.
Martti Soramäen kokoelma Yleisradiossa, Helsinki (MSK)
Kolmoskanavan valmisteluun ja kanavajakoon liittyviä muistioita 1985–1990.

MTV:n arkisto, Helsinki (MTVA)
Kolmoskanavan valmisteluun liittyviä muistioita, 1985–1986.
Oy Kolmostelevisio Ab:n hallituksen pöytäkirjat 1990–1997.
MTV Oy:n hallituksen ja hallintoneuvoston pöytäkirjat, 1986–1992.
Porvarillisen Työn Arkisto, Helsinki (PTA)
Kansallisen Kokoomuksen puoluehallituksen pöytäkirjat 1985–1993.
Kansallisen Kokoomuksen puoluevaltuuston pöytäkirjat 1984–1990.
Kansallisen Kokoomuksen eduskuntaryhmän pöytäkirjat 1985–1993.
Tauno Äijälän kokoelma, Helsinki (TÄK)
Kolmoskanavan valmisteluun, kanavajakoon ja ohjelmakaavioihin liittyviä muistioita 1984–1993.
Työväen Arkisto, Helsinki (TA)
Suomen Sosialidemokraattisen Puolueen puoluetoimikunnan pöytäkirjat ja keskustelumuistiot 1984–1993.
Suomen Sosialidemokraattisen Puolueen puolueneuvoston pöytäkirjat 1975–1993.
Sosialidemokraattisen eduskuntaryhmän pöytäkirjat 1984–1993.
Yhtiörekisteri, Patentti- ja rekisterihallitus, Helsinki (PRH)
Oy Kolmostelevisio Ab:n hallituksen pöytäkirjoja ja tilinpäätöksiä 1985–1997.
Oy Kolmostelevisio Ab:n yhtiökokouksen pöytäkirjat 1985–1997.
Yleisradion arkisto, Helsinki (YLEA)
Oy Yleisradio Ab:n hallintoneuvoston pöytäkirjat 1984–1993.
Oy Yleisradio Ab:n johtokunnan pöytäkirjat 1984–1985.
Oy Yleisradio Ab:n hallituksen pöytäkirjat 1985–1993.

Viestintäpoliittiset säädökset ja asiakirjat

Asetus radiolaitteista, 9/1927.
Asetus radiolaitteista, 859/1992.
Ehdotus Hallituksen esitykseksi Eduskunnalle laeiksi radiolaista, yleisradiotoiminnasta, Yleisradiosta, yleisradiomaksuista ja kaapelilähetystoiminnasta sekä laeiksi valtiopäiväjärjestyksen ja Oy Yleisradio Ab -nimisen yhtiön verovapaudesta annetun lain muuttamisesta, 7.2.1973. Liikenneministeriön toimikunta.
Hallituksen esitys laiksi kaapelilähetystoiminnasta, HE 108/1985 vp.
Hallituksen esitys eduskunnalle video- ja muiden kuvaohjelmien tarkastamista koskevaksi lainsäädännöksi, HE 95/1986 vp.
Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi Oy Yleisradio-Rundradion Ab:stä, HE 124/1993 vp.
Hallituksen esitys teletoimintalaiksi, HE 60/1986 vp.
Hallituksen esitys yleisradiolainsäädännöksi, HE 25/1960 vp.
Julkinen palvelu 1990-luvun viestinnässä. Liikenneministeriön julkaisuja 1/1993. Helsinki: Liikenneministeriö.
Kilpailu- ja hintakomitean mietintö. Komiteanmietintö 1987:4. Helsinki.
Laki kaapelilähetystoiminnasta, 307/1987.
Laki radiolaitteista, 8/1927.
Laki televisio- ja radiotoiminnasta, 744/1998.
Laki televisio- ja radiorahastosta, 745/1998.
Laki valtioneuvoston oikeudesta luovuttaa yleisradiotoimintaa varten valtiolle hankittu omaisuus osakeyhtiölle, 216/1934.
Laki valtioneuvoston oikeudesta luovuttaa yleisradiotoimintaa varten valtiolle hankittu omaisuus osakeyhtiölle, muutos 774/1948.
Laki video- ja muiden kuvaohjelmien tarkastamisesta, 697/1987.
Laki Yleisradio Oy:stä, 1380/1993.
Laki Yleisradio Oy:stä annetun lain muuttamisesta, 635/2005.
Lausunto Yleisradio Oy:n julkista palvelua ja rahoitusta selvittävän työryhmän ehdotuksista. Viestinnän Keskusliitto, 11.6.2009 (LVM 018:00/2008). http://www.vkl.fi/files/596/090611_Yleisradiolaki.pdf (luettu 12.3.2010).
Liikennevaliokunnan mietintö, LiVM 6/1986 vp. (HE 108/1986 vp. ja HE 6/1986 vp.).
Liikennevaliokunnan mietintö hallituksen esityksestä laiksi Oy Yleisradio-Rundradion Ab:stä, LiVM 14/1993 vp. (HE 124/1993 vp.).
MTV Oy:n toimilupa, 2.9.1993, VnP 711/33/1993.
Perustuslakivaliokunnan lausunto, PeVL 8/1961 (HE 25/1960 vp.).
Perustuslakivaliokunnan lausunto, PeVL 23/1993 (HE 124/1993 vp.).
Pääministeri Esko Ahon hallituksen ohjelma 26.4.1991, http://www.valtioneuvosto.fi/tietoa-valtioneuvostosta/hallitukset/hallitusohjelmat/vanhat/aho/fi.jsp (luettu 15.7.2011).
Pääministeri Harri Holkerin hallituksen ohjelma 30.4.1987. http://www.valtioneuvosto.fi/tietoa-valtioneuvostosta/hallitukset/hallitusohjelmat/vanhat/holkeri/fi.jsp.print (luettu 2.11.2009).
Pääministeri Kalevi Sorsan IV hallituksen ohjelma 11.5.1983. http://www.valtioneuvosto.fi/tietoa-valtioneuvostosta/hallitukset/hallitusohjelmat/vanhat/sorsaiv/fi.jsp.print (luettu 2.11.2009).
Radio- ja televisiokomitean II osamietintö: Uutistoiminnan järjestäminen. Komiteanmietintö 1980:48. Helsinki.
Radio- ja televisiokomitean III osamietintö: Kaapelitelevisiotoimintaa koskeva lainsäädäntö. Komiteanmietintö 1981:46. Helsinki.

Radio- ja televisiokomitean IV osamietintö: Komitean ehdotukset yleisradiotoiminnan järjestelyiksi, yleisradiolaiksi ja tekniseksi radiolaiksi. Komiteanmietintö 1984:7. Helsinki.
Radioasetustoimikunnan mietintö. Komiteanmietintö 1967:A6. Helsinki.
Radiolainsäädännön uusimistoimikunnan mietintö. Komiteanmietintö 1971:A3. Helsinki.
Tekniikan Edistämissäätiön toimilupa televisiotoiminnan harjoittamiseen, 12.12.1963, VnP 3643/733/63.
Teletoimintalaki, 183/1987.
TV-politiken: Slutbetänkande av TV-utredningen 1989. SOU 1989:73. Stockholm.
Viestintäkulttuuritoimikunnan I mietintö: Kansallisen elokuva-, televisio- ja videotuotannon ja -jakelun edistäminen. Komiteanmietintö 1989:15. Helsinki.
Viestintämarkkinalaki, 393/2003.
Viestintäpoliittisen komitean V osamietintö. Komiteanmietintö 1974:79. Helsinki.
Yleisradio Oy:n julkinen palvelu ja rahoitus. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 23/2009. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
Yleisradiolainsäädäntökomitean mietintö. Komiteanmietintö 1960:5. Helsinki.
Yleisradion strategiaselvitys: Radio ja televisio 2010. Julkaisuja 45/1995, Helsinki: Liikenneministeriö.
Yleisradion toimilupa, 31.12.1963, VnP 3643/733/63.
Yleisradion toimilupa, 22.12.1971, VnP 2072/33/71.
Yleisradion toimilupa, 14.12.1989, VnP 1943/33/89.
Yrityskaupan hyväksyminen ehdollisena; TV4 AB / C More Entertainment AB. Kilpailuvirasto, 27.11.2008 (579/81/2008). http://www.kilpailuvirasto.fi/cgi-bin/suomi.cgi?luku=yrityskauppavalvonta/yrityskauppa-ratkaisut&sivu=ratk/r-2008-81-0579 (luettu 24.5.2010).

Yleisradioyhtiöiden julkaisut, aikalaiskirjallisuus ja muistelmat

Ahmavaara, Yrjö, Stormbom, Nils-Börje & Tamminen, Mauno (1968) *Pöllön anatomia*. Yleisradion julkaisusarja XIX. Helsinki: Yleisradio.
Esitys MTV:n uutislähetysten aloittamisesta (1977) MTV-julkaisuja 4/77. Helsinki: MTV.
Hanski, Pentti (2001) *Pöllön siivin: MTV:n vuodet 1955–1984*. Toim. Markku Onttonen. Helsinki: Otava.
Harms, Joan, Rand, Max & Savolainen, Keijo (1970) *Sarjafilmien maailmat: Yleisradion ja Mainos-Television sarjafilmiohjelmisto 2.2.1969–17.5.1969*. Helsinki: Otava.
Kiuru, Sakari (1992) *Sähköiset suhteeni: Muistumia ja merkintöjä Kesäkadun vuosiltani*. Helsinki: VAPK-kustannus.
Kiuru, Sakari (2010) *Valta ja viesti: Havaintojani Ylen johtamisesta*. Helsinki: Työväen Sivistysliitto.
Kokkonen, Ere (2007) *Muisti palailee pätkittäin*. Helsinki: Otava.
Kolmostelevision kausiesitteet ja hinnastot, 1987–1992.
Kumpusalo, Unto & Österlund, Marina (1980). *Oy Mainos-TV-Reklam Ab:n vuosikertomus 1979 ja Yleisradiolle suoritettujen korvausten kehitys.* Suunnittelu- ja tutkimusosaston suunnittelumuistio 12/1980. Helsinki: Yleisradio.
Lukkarinen, Vilho & Nurmimaa, Väinö (1988) *Kun telkkari Suomeen tuli – TES-televisiotoiminnan historia*. Helsinki: Kirjayhtymä.
MTV:n uutiset – taustaa ja väitteitä (1977) MTV-julkaisuja 2/77. Helsinki: MTV.
MTV:n vuosikertomukset 1980–1995.
Ohjelmatoiminnan säännöstö (1992) Helsinki: Yleisradio.
Raatikainen, Erkki (1980) *Kuin punainen varjo vain: Eli pienesti pirullisia profiileja luurankokaapista*. Espoo: Weilin+Göös.
Raatikainen, Erkki (1985) *Vankempi poika: "Sinä ja Sorsan Kale, kaverukset maailmalla"*. Helsinki: Tammi.
Rantalainen, Simo (2009) *Hyvät, pahat ja rumat: Simo Rantalaisen seikkailut median ihmeellisessä maailmassa.* Helsinki: Johnny Kniga.
Repo, Eino S., Ilmonen, Kari, Stormbom, Nils-Börje, Tamminen, Mauno & Zilliacus, Ville (1967) *Yleisradion suunta: Yleisradiotoiminnan tehtävät ja tavoitteet*. Espoo: Weilin+Göös.
Sisättö, Seppo (1978) *Puheenvuoro viestinnästä.* MTV-julkaisuja 1/78. Helsinki: MTV.
Sjöberg, Marja (1988) Leikkiä saippuapalloilla. Teoksessa: Olli Tuomola (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1988.* Helsinki: Valtion Painatuskeskus, Suomen Elokuva-arkisto ja Suomen Elokuvasäätiö, 74–81.
Stormbom, Nils-Börje (toim.) (1969) *Yleisradion suunta: Toimintaedellytykset*. Espoo: Weilin+Göös.
Tuuri, Antti (2007) *Kertomus linnusta, joka nousi lentoon*. Helsinki: MTV3.
Yleisradion vuosikertomukset, 1980–1995.
Yleisradion vuosikirjat, 1980–1993.
Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstö (1967) Helsinki: Yleisradio.
Yleisradion ohjelmatoiminnan säännöstö (1972) Helsinki: Yleisradio.

Haastattelut ja tiedonannot

Asko Apajalahti, FantasiaFilmin tuottaja. Puhelinhaastattelu 2.9.2010.

Mariitta Hämäläinen, Kolmostelevision tiedotuspäällikkö 1986–1989. Vihti 1.9.2010.

Sakari Kiuru, Yleisradion pääjohtaja 1980–1989. Sipoo 19.8.2009.

Kari Kyrönseppä, Kolmostelevision tuottaja 1987–1989. Puhelinhaastattelu 6.9.2010.

Harry Köhler, Kolmostelevision myyntipäällikkö 1986–1992. Puhelinhaastattelu 24.8.2010.

Antti Lagerroos, Saloran hallituksen puheenjohtaja 1984–1988, Nokia-yhtymän hallituksen jäsen 1984–1990, Kolmostelevision hallituksen jäsen 1985–1990. Helsinki 20.8.2009.

Aarno Laitinen, toimittaja, *Hyvien herrojen* käsikirjoittaja 1991–1996. Puhelinhaastattelu 30.11.2010.

Heikki Lehmusto, Kolmostelevision toimitusjohtaja 1986–1993. Helsinki 12.6.1994 ja 10.2.2010.

Juha-Pekka Louhelainen, Kolmosen markkinointijohtaja 1987–1993, toimitusjohtaja 1993–1996. Helsinki 19.5.1997 ja 10.9.2010.

Jorma Miettinen, MTV:n uutisten päätoimittaja 1981–1988, MTV:n apulaisjohtaja 1988–1997. Sähköpostitiedonanto 19.4.2011.

Seppo Niemelä, Yleisradion hallintoneuvoston puheenjohtaja 1991–1995. Puhelinhaastattelu 28.7.2011.

Jaakko Paavela, MTV:n varatoimitusjohtaja 1972–2000, Kolmostelevision vt. toimitusjohtaja 1985–1986, Kolmostelevision hallituksen varapuheenjohtaja 1985–1997. Helsinki 17.9.2009.

Eero Pilkama, MTV:n toimitusjohtaja 1984–2001, Kolmostelevision hallituksen jäsen 1985–1999. Helsinki 22.9.2009.

Jorma Sairanen, MTV:n ohjelmapäällikkö 1986–1990, apulaisjohtaja 1990–1996. Helsinki 19.5.1997 ja puhelinhaastattelu 10.11.2010.

Heikki Seppälä, Kolmostelevision ohjelmapäällikkö 1987–1989, ohjelmalinjan johtaja 1989–1994. Helsinki 25.6.1997 ja Vihti 1.9.2010 sekä sähköpostitiedonanto 3.8.2011.

Mauri Soikkanen, ohjelmakoordinaatiosta vastaava Yleisradion ohjelmapäällikkö 1983–1992. Helsinki 26.5.1997.

Jussi Tunturi, Yleisradion kansliapäällikkö 1985–1990, kansliajohtaja 1990–1994. Helsinki 17.9.2009.

Arne Wessberg, Kolmostelevision hallituksen puheenjohtaja 1985–1990, TV1:n johtaja 1980–1989, TV2:n johtaja 1990–1994. Helsinki 14.6.1994, 22.6.1994 ja 17.8.2009.

Tauno Äijälä, MTV:n ohjelmajohtaja 1980–2001. Helsinki 10.6.1994 ja 8.9.2010 sekä sähköpostitiedonanto 28.11.2011.

Sanoma- ja aikakauslehdet

Aamulehti, 1984–1992.
Etelä-Suomen Sanomat, 1985–1986.
Helsingin Sanomat, 1984–1993.
Hufvudstadsbladet, 1985–1992.
Ilkka, 1985–1986.
Iltalehti, 1991.
Ilta-Sanomat, 1984–1993.
Kaleva, 1985–1986.
Kansan Tahto, 1985–1986.
Kansan Uutiset, 1985–1992.
Katso, 1985–1993.
Kauppalehti, 1985–1992.
Keskisuomalainen, 1985–1992.
Liiton arkki, 1986
Linkki, 1985–1990.
Sanomalehtimies-Journalisten, 1985–1992.
Satakunnan Kansa, 1985–1986.
*Savon Sanoma*t 1985–1986.
Suomen Kuvalehti, 1984–1995.
Suomen Lehdistö, 1985–1990.
Suomen Sosialidemokraatti/ Demari, 1985–1992.
Suomenmaa, 1985–1990.
Talouselämä, 1985–1986.
Turun Päivälehti, 1985–1986.
Turun Sanomat, 1985–1992.
Uudet viestimet, 1987.
Uusi Suomi, 1984–1991.
Variety, 1986.

Internet-lähteet ja televisio-ohjelmat

1249 km (1989). http://www.elonet.fi/title/eks16n/ (luettu 14.9.2010).

Anna-Kaisa Hermusen haastattelu, *Suomen Televisio*, TV1 26.2.1993. Tuottaja Ere Kokkonen, haastattelija Paula Lehdistö, tuotanto TV1 Taideohjelmat, 1993. http://www.yle.fi/elavaarkisto/?s=s&g=4&ag=28&t=539&a=4724 (luettu 18.2.2011).

DigiTV: Kanavat. http://www.digitv.fi/sivu.asp?path=1;2999 (luettu 1.8.2011).

FantasiaFilmi. http://www.elonet.fi/company/yhfbmx/ (luettu 14.9.2010).

Kolmoskanava (TV3) 1986–1993. http://hapo.kapsi.fi/kolmoskanava (luettu 15.11.2009).

L.A. Law. http://en.wikipedia.org/wiki/L.A._Law (luettu 25.8.2010).

Liikenneministeri Matti Luttisen haastattelu, *Ajankohtainen Kakkonen*, TV2 25.3.1986. Tuotanto TV2 Ajankohtaisohjelmat 1986. http://www.yle.fi/player/player.jsp?name=E1%E4v%E4+arkisto%2F004121 (luettu 18.2.2010).

Lupaus (1998). http://www.elonet.fi/title/ekglio/ (luettu 14.9.2010).

MTV:n pöllön tarina. http://www.mtv3.fi/ohjelmat/sivusto.shtml/viihde/mtv_50_v/historiaa?520225 (luettu 10.9.2010).

Onnenluku Kolmonen, TV3 27.12.1992. Käsikirjoitus ja ohjaus Mariitta Hämäläinen, tuotanto Crea Video, 1992.

Sandell, Lena Sandell & Lamberg, Anna-Leena (2010) *Television katselu Suomessa 2009*. Finnpanel 3.2.2010. http://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2010.pdf (luettu 20.4.2010).

Taistelu televisiosta, osa 2: Monopoli murtuu, MTV3 8.4.2007. Ohjaus Michael Franck, tuotanto Franck Productions, 2007.

TUTKIMUSKIRJALLISUUS

Painetut teokset

Adams, William J. (1993) TV program Scheduling Strategies and Their Relationship to New Program Renewal Rates and Rating Changes. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 37:4, 465–474.

Ala-Fossi, Marko (2006) Kotiseutuasemista formaattiketjuihin: Kaupallinen radio eilen, tänään – ja huomenna? Teoksessa: *Joukkoviestimet 2006*. Helsinki: Tilastokeskus, 21–42.

Ala-Fossi, Marko & Hujanen, Taisto (2010) *The Rise and Fall of Public Service Media Fee Proposal in Finland*. Working Papers No. 269. Köln: Institute for Broadcasting Economics at the University of Cologne.

Alasuutari, Pertti (1993) *Laadullinen tutkimus.* Tampere: Vastapaino.

Alasuutari, Pertti (1995) *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies*. London: Sage.

Alasuutari, Pertti (1996) *Toinen tasavalta: Suomi 1946–1994*. Tampere: Vastapaino.

Alasuutari, Pertti (2004) Suunnittelutaloudesta kilpailutalouteen. *Yhteiskuntapolitiikka* 69:1, 3–16.

Ang, Ien (1991) *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.

Annala, Jukka (2006) *Toopelivisio*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Apunen, Matti (1990) Elokuvaesitykset televisiossa 1989. Teoksessa: Matti Apunen (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1989*. Helsinki: Valtion Painatuskeskus, Suomen Elokuva-arkisto ja Suomen Elokuvasäätiö, 193–213.

Apunen, Matti & Tuomola, Olli (1989) Elokuvaesitykset televisiossa 1988. Teoksessa: Matti Apunen (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1988.* Helsinki: Valtion Painatuskeskus, Suomen Elokuva-arkisto ja Suomen Elokuvasäätiö, 147–168.

Aslama, Minna (2008) *Slogans of Change: Three Outlooks on Finnish Television Contents*. SSKH Skrifter 26. Helsinki: Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet.

Aslama, Minna, Hellman, Heikki, Lehtinen, Pauliina & Sauri, Tuomo (2007) Niukkuuden aikakaudesta kanavapaljouteen: Television ohjelmisto ja monipuolisuus 1960–2004. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 58–77.

Aslama, Minna, Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (2004) Digitalizing Diversity: Public Service Strategies and Television Program Supply in Finland in 2002. *The International Journal on Media Management* 6:3–4, 152–161.

Aslama, Minna, Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (2005) Kilpailun ja toimilupapolitiikan vaikutukset tv-ohjelmiston monipuolisuuteen 1993–2002. *Liiketaloudellinen aikakauskirja* 54:3, 375–396.

Aslama, Minna & Kivikuru, Ullamaija (2002) Lamajulkisuuden raamit: Suomalainen mediamaisema 1990-luvulla. Teoksessa: Ullamaija Kivikuru (toim.) *Laman julkisivut: Media, kansa ja eliitit 1990-luvun talouskriisissä*. Helsinki: Palmenia-kustannus, 25–45.

Balio, Tino (1990) Responding to New Television Technologies: Introduction to Part II. Teoksessa: Tino Balio (toim.) *Hollywood in the Age of Television*. Boston: Unwin Hyman, 257–296.

Beck, Ulrich (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.

Berg, Christian Edelvold (2011) Sizing up Size on TV Markets: Why David would Lose to Goliath. Teoksessa: Gregory Ferrell Lowe & Christian S. Nissen (toim.) *Small among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries*. Göteborg: Nordicom, 57–89.

Bruun, Hanne (2010) Genre and Interpretation in Production: A Theoretical Approach. *Media, Culture & Society* 32:5, 723–738.

Chalaby, Jean K. & Segell, Glenn (1999) The Broadcasting Media in the Age of Risk. *New Media & Society* 1:3, 351–368.

Collins, Richard (1994) *Broadcasting and Audio-Visual Policy in the European Single Market.* London: John Libbey.

Collins, Richard (1998) Public Service and the Media Economy: European Trends in the Late 1990s. *Gazette* 60:5, 363–376.

Collins, Richard, Garnham, Nicholas & Locksley, Gareth (1988) *The Economics of Television: The UK Case*. London: Sage.

Coppens, Thomas & Saeys, Frida (2006) Enforcing Performance: New Approaches to Govern Public Service Broadcasting. *Media, Culture & Society* 28:2, 261–284.

van Cuilenburg, Jan & McQuail, Denis (2003) Media Policy Paradigm Shifts: Toward a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication* 18:2, 181–207.

De Bens, Els, Kelly, Mary & Bakke, Maarit (1992) Television Content: Dallasification of Culture? Teoksessa: Karen Siune & Wolfgang Truetzschler (toim.) *Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. London: Sage, 75–100.

Elfving, Sari (2008) *Taikalaatikko ja tunteiden tulkit: Televisio-ohjelmia ja -esiintyjiä koskeva kirjoittelu suomalaisissa lehdissä 1960- ja 70-luvuilla*. Tampere: Tampere Univer-

sity Press.
Ellis, John (2000) Scheduling: The Last Creative Act in Television. *Media, Culture & Society* 22:1, 25–38.
Ellis, John (2002) *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. London: I.B. Tauris Publishers.
Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2008) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 8. painos. Tampere: Vastapaino.
Evertsson, Lena (2005) *Dansen kring guldkalven? En historia om uppbyggandet av TV4 1984–1991*. Stockholm: SNS Förlag.
Foucault, Michel (1977) *Language, Counter-Memory, Practice: Selected Essays and Interviews*. Oxford: Basil Blackwell.
Freedman, Des (2005) Promoting Diversity and Pluralism in Contemporary Communication Policies in the United States and the United Kingdom. *The International Journal on Media Management* 7:1–2, 16–23.
Freedman, Des (2006) Dynamics of Power in Contemporary Media Policy-Making. *Media, Culture & Society* 28:6, 907–923.
Freedman, Des (2008) *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.
Garnham, Nicholas (2000) *Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford: Oxford University Press.
Hakulinen, Auli (1991) Erään haastattelun anatomia. Teoksessa: Tapani Lehtinen & Susanna Shore (toim.) *Kieli, valta ja eriarvoisuus: Esitelmiä 18. kielitieteen päiviltä*. Kieli 6. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos, 166–186.
Hakulinen, Auli (1993) Erään keskustelun analyysi: Lenita Airisto haastattelee Finnairin talouspäällikköä. *Naistutkimus* 6:4, 4–15.
Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
Hanhinen, Jouko (1993) Pitkien elokuvien esitykset televisiossa 1992. Teoksessa: Erkki Huhtamo & Martti Lahti (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1993*. Helsinki: Suomen Elokuvasäätiö ja Painatuskeskus, 113–133.
Harrison, Jackie & Woods, Laura M. (2001) Defining European Public Service Broadcasting. *European Journal of Communication* 16:4, 477–504.
Hautakangas, Mikko (2007) Vertaismelodraamaa taviksista taviksille: Katsaus suomalaisen todellisuustelevision historiaan. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 384–402.
Heiskanen, Ilkka (1981) Televisio ja kansankulttuurin kehitys Suomessa. Teoksessa: Risto Sinkko (toim.) *Televisio ja suomalainen*. Espoo: Weilin+Göös, 146–183.
Heiskanen, Ilkka (1985) Uusi viestintäteknologia ja rakenteellinen kuri suomalaisessa joukkoviestinnässä ja kulttuuriteollisuudessa. Teoksessa: Ritva Mitchell (toim.) *Uusi teknologia, taiteet ja taidepolitiikka*. Valtion taidehallinnon julkaisuja no 28. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, 193–248.
Heiskanen, Ilkka (1986) Televisio, elämäntapatutkimus ja todellisuuden määritty/äminen. Teoksessa: Kalle Heikkinen (toim.) *Kymmenen esseetä elämäntavasta*. Helsinki: Yleisradio, 93–133.
Hellman, Heikki (1988) *Uustelevision aika? Yleisradiotoiminnan edellytykset television rakennemuutoksessa*. Helsinki: Hanki ja Jää.
Hellman, Heikki (1989) Hajoaako yleisö, katoaako julkisuus? *Tiedotustutkimus* 12:2, 97–103.
Hellman, Heikki (1993) Kanavavalinta ja television uusi kilpailutilanne. Teoksessa: Erkki Huhtamo & Martti Lahti (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1993*. Helsinki: Suomen Elokuvasäätiö ja Valtion Painatuskeskus, 42–51.
Hellman, Heikki (1995) Vanhan mantereen vastaisku? Eurooppalainen kiintiöpolitiikka ja Hollywood 1920-luvulta 1990-luvulle. *Tiedotustutkimus* 18:2, 22–39.
Hellman, Heikki (1996) The Formation of Television in Finland: A Case in Pragmatist Media Policy. Teoksessa: Ib Bondebjerg & Francesco Bono (toim.) *Television in Scandinavia: History, Politics and Aesthetics*. Luton: University of Luton Press, 91–111.
Hellman, Heikki (1999a) *From Companions to Competitors: The Changing Broadcasting Markets and Television Programming in Finland*. Acta Universitatis Tamperensis 652. Tampere: University of Tampere.
Hellman, Heikki (1999b) Legitimations of Television Programme Policies: Patterns of Argumentation and Discursive Convergencies in a Multichannel Age. Teoksessa: Pertti Alasuutari (toim.) *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*. London: Sage, 105–129.
Hellman, Heikki (2001) Diversity – an End in Itself? Developing a Multi-Measure Methodology of Television Programme Variety Studies. *European Journal of Communication* 16:2, 181–208.
Hellman, Heikki (2008) "Lisää vaihtoehtoja katsojille koko maassa": Markkinoituminen, uusi toimilupapolitiikka ja digitaalisen television ohjelmisto. *Tiedotustutkimus* 31:4, 81–101.
Hellman, Heikki (2009a) Monipuolisuusmittarien vertailua. Teoksessa: Minna Aslama, Heikki Hellman, Pauliina Lehtinen & Tuomo Sauri, *Suomalainen tv-tarjonta -raportin uudistaminen: Selvitys*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 25/2009. Helsinki: LVM, 51–65.
Hellman, Heikki (2009b) Kritiikistä puffiksi? Televisioarvostelut Helsingin Sanomien tv-sivuilla 1967–2007. *Lähikuva* 22:4, 53–68.
Hellman, Heikki (2010a) Liberal Turn in Media Policy: The Case of Finland's Digital Television. *International Journal of Digital Television* 1:2, 193–213.
Hellman, Heikki (2010b) Täysi vai täydentävä palvelu?

Teoksessa: Airi Leppänen, Timo-Erkki Heino & Eeva Mäntymäki (toim.) *Yleisradio median murroksessa*. Tampere: Vastapaino, 44–65.

Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (1988) *Suomalainen prime-time: Tutkimus television uudesta kilpailutilanteesta sekä Yleisradion ja MTV:n parhaan katseluajan ohjelmarakenteesta vuosina 1970–1986*. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 10. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (1994) Public Service Television and the Tendency towards Convergence: Trends in Prime-Time Programme Structure in Finland, 1970–1992. *Media, Culture & Society* 16:1, 47–71.

Hellman, Heikki & Sauri, Tuomo (1997) Hybridikanavien nousukausi: Kilpailu ja television ohjelmarakenteen muutos Pohjoismaissa 1988–1995. *Tiedotustutkimus* 20:2, 20–39.

Hemánus, Pertti (1972) *Reporadion nousu ja tuho*. Helsinki: Otava.

Herkman, Juha (2005) *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto: Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Tampere: Vastapaino.

Herkman, Juha (2009a) Politiikan viihteellistymistä vai professionalisoitumista? Haastattelututkimus vuoden 2006 presidentinvaaleista. *Politiikka* 50:2, 87–99.

Herkman, Juha (2009b) The Structural Transformation of the Democratic Corporatist Model: The Case of Finland. *Javnost – The Public* 16:4, 73–90.

Herkman, Juha (2010) Demokraattis-korporatistinen malli muutoksessa. Teoksessa: *Oikeutta ja politiikkaa: Viestintäoikeuden vuosikirja 2009*. Helsinki: Helsingin yliopiston kansainvälisen talousoikeuden instituutti, 1–23.

Herkman, Juha (2011) *Politiikka ja mediajulkisuus*. Tampere: Vastapaino.

Hietala, Veijo (1994) Suomalainen televisio vuonna nolla (kaksi). *Lähikuva* 7:4, 35–43.

Hietala, Veijo (2007) Pelastiko kaupallinen televisio Suomen tv-viihteen? Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 354–368.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2000) *Tutkimushaastattelu*. Helsinki: Yliopistopaino.

Honkapohja, Seppo & Koskela, Erkki (1999) The Economic Crisis of the 1990s in Finland. *Economic Policy* 29:3, 401–436.

Horen, Jeffrey H. (1980) Scheduling of Network Television Programs. *Management Science* 26:4, 354–370.

Hujanen, Taisto (1991) Viestinnän demokratisointi, yleisradiotoiminnan deregulaatio ja paikallisradiot. *Tiedotustutkimus* 14:4, 34–48.

Hujanen, Taisto (1993) *Ajankohtainen kakkonen kohtaa historiansa: Tulkintoja TV2:n ajankohtaisohjelmista ja journalistisesta kulttuurista*. Tutkimusraportti 9/1993. Helsinki: Yleisradio.

Hujanen, Taisto (1995) Political versus Cultural in Critical Broadcasting Research and Policy: A Reevaluation of the Finnish Radical Experiment in Broadcasting in the Late 1960s. Teoksessa: John A. Lent (toim.) *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication*. Boulder: Westview Press, 257–268.

Hujanen, Taisto (2002) *The Power of Schedule: Programme Management in the Transformation of Finnish Public Service.* Tampere: Tampere University Press.

Hujanen, Taisto (2008) Yleisradion rahoitus: tasapainoilua kansalaisuuden ja asiakkuuden välillä. *Tiedotustutkimus* 31:1, 67–75.

Humphreys, Peter J. (1996) *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press.

Häikiö, Martti (1998) *Alkuräjähdys: Radiolinja ja Suomen GSM-matkapuhelintoiminta 1988–1998*. Helsinki: Edita.

Häikiö, Martti (2001) *Sturm und Drang: Suurkaupoilla eurooppalaiseksi elektroniikkayritykseksi, Nokia Oyj:n historia 2: 1983–1991*. Helsinki: Edita.

Ilmonen, Kari (1996) *Tekniikka, kaiken perusta: Yleisradion historia, osa 3*. Helsinki: Yleisradio.

Isaksson, Guy-Erik (1990) *Political Parties and Cable TV: The Case of Finland*. Meddelanden från ekonomisk-statsvetenskapliga fakulteten, Ser A:318. Turku: Åbo Akademi.

Ishikawa, Sakae, Legatt, Timothy, Litman, Barry, Raboy, Marc, Rosengren, Karl Erik & Kambara, Naoyuki (1994) Diversity in Television Programming: Comparative Analysis in Five Countries. *Studies of Broadcasting* 30, 155–170.

Jakubowicz, Karel (2007) Public Service Broadcasting in the 21st Century: What Chance for a New Beginning? Teoksessa Gregory Ferrell Lowe & Jo Bardoel (toim.) *From Public Service Broadcasting to Public Service Media.* Göteborg: Nordicom, 29–49.

Jankowski, Nicholas W. & Wester, Frank (1991) The Qualitative Tradition in Social Science Inquiry: Contributions to Mass Communication Research. Teoksessa: Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W. Jankowski (toim.) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge, 44–74.

Joukkoviestimet 1998 (1998) Kulttuuri ja viestintä 1998: 1. Helsinki: Tilastokeskus.

Joukkoviestimet 2009 (2010) Kulttuuri ja viestintä 2010. Helsinki: Tilastokeskus.

Joukkoviestintätilasto (1987) Tilastollisia tiedonantoja nro 78. Helsinki: Tilastokeskus.

Joukkoviestintätilasto 1989 (1990) Kulttuuri ja viestintä 1989:3. Helsinki: Tilastokeskus.

Joukkoviestintätilasto 1991 (1991) Kulttuuri ja viestintä 1991:2. Helsinki: Tilastokeskus.

Joukkoviestintätilasto 1993 (1993) Kulttuuri ja viestintä 1993:8. Helsinki: Tilastokeskus.

Joukkoviestintätilasto 1995 (1995) Kulttuuri ja viestintä 1995:2. Helsinki: Tilastokeskus.

Jussila, Osmo, Hentilä, Seppo & Nevakivi, Jukka (2004) *Suomen poliittinen historia 1809–2003*. 4., uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Jyränki, Antero (1969) *Yleisradio ja sananvapaus: Tutkimus valtionvalvonnasta ja sananvapaudesta yleisradiotoiminnassa*. Helsinki: Tammi.

Jääsaari, Johanna (1996) Television katsotuimmat ohjelmat suomalaisuuden kuvina. Teoksessa: Johanna Jääsaari (toim.) *Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1996*. Helsinki: Yleisradio, 161–178.

Jääsaari, Johanna (2007) *Consistency and Change in Finnish Broadcasting Policy: The Implementation of Digital Television and Lessons from Canadian Experience*. Turku: Åbo Akademi University Press.

Karppinen, Kari (2005) Mediadiversiteetti ja mittaamisen politiikka. *Tiedotustutkimus* 28:2, 28–43.

Kasari, Heikki (1985) *Patterns of Television Viewing in Finland*. Viestintätutkimuksen seuran julkaisusarja 9. Helsinki: Viestintätutkimuksen seura.

Kasari, Heikki (1993) Television katsojamittaus perustuu TV-mittaritutkimukseen. Teoksessa: Heikki Kasari (toim.) *Radio- ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1993*. Helsinki: Yleisradio, 51–56.

Kastari Paavo (1960) Sananvapaus ja radiomonopoli. *Tidsskrift utgiven av Juridiska Föreningen i Finland* 97:1, 71–106.

Katz, Richard & Mair, Peter (1994) *How Parties Organize*. London: Sage.

Katzenstein, Peter (1985) *Small States in World Markets: Industrial Policy in Europe*. Ithaca: Cornell University Press.

Keinonen, Heidi (2005) Havaintoja suomalaisen televisiohistorian tutkimuksista. *Tiedotustutkimus* 28:4–5, 77–84.

Keinonen, Heidi (2008) Metodologia prosessina: Tutkimusasetelman rakentuminen televisiohistorian tutkimuksessa. Teoksessa: Heidi Keinonen, Marko Ala-Fossi & Juha Herkman (toim.) *Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa: Näkökulmia sähköisen viestinnän tutkimukseen*. Tampere: Tampere University Press, 121–136.

Keinonen, Heidi (2011) *Kamppailu yleistelevisiosta: TES-TV:n, Mainos-TV:n ja Tesvision merkitykset suomalaisessa televisiokulttuurissa 1956–1964*. Tampere: Tampere University Press.

Kemppainen, Pentti (2009) Reporadiosta rockradioon. Teoksessa: Vesa Kurkela (toim.) *Musiikki tekee murron: Tutkimuksia sävel- ja hittiradioista.* Musiikintutkimuksen laitoksen julkaisuja 2. Tampere: Tampereen yliopisto, 85–142.

Kiander, Jaakko & Vartia, Pentti (1998) *Suuri lama: Suomen 1990-luvun kriisi ja talouspoliittinen keskustelu*. Helsinki: Taloustieto.

Kivikuru, Ullamaija (1998) Yhteistä hyvää etsimässä: Viestintäpolitiikka pelisääntöjen kehittäjänä ja vapauksien vartijana. Teoksessa: Ullamaija Kivikuru & Risto Kunelius (toim.) *Viestinnän jäljillä: Näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki: WSOY, 231–252.

Kohvakka, Rauli (1995) *Audiovisuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa*. Kulttuuri ja viestintä 1995:1. Helsinki: Tilastokeskus.

Kohvakka, Rauli & Huttunen, Markku (1997) *Audio-visual Production and International Co-productions in Finland*. Kulttuuri ja viestintä 1997:1. Helsinki: Statistics Finland.

Koivunen, Anu (1997) Lähtökohtia televisiohistorialliseen tutkimukseen. Teoksessa: Anu Koivunen & Veijo Hietala (toim.) *Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto*. Julkaisuja A:61. Turku: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus, 261–263.

Kontukoski, Maija (2009) Paikallisradioiden hillitön 1980-luku: Paikallisradiotoiminnan sääntely, ideat ja käytänteet. Teoksessa: Vesa Kurkela (toim.) *Musiikki tekee murron: Tutkimuksia sävel- ja hittiradioista.* Musiikintutkimuksen laitoksen julkaisuja 2. Tampere: Tampereen yliopisto, 143–173.

Kortti, Jukka (2003) *Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit: 60-luvun suomalainen televisiomainonta*. Bibliotheca Historica 80. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kortti, Jukka (2007a) *Näköradiosta digiboksiin: Suomalaisen television sosiokulttuurinen historia*. Helsinki: Gaudeamus.

Kortti Jukka (2007b) Peyton Placesta Big Brotheriin: Kaupallinen televisio yhteisissä televisiomuistoissa. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 552–576.

Kortti, Jukka & Mähönen, Tuuli Anna (2009) Reminiscing Television: Media Ethnography, Oral History and Finnish Third Generation Media History. *European Journal of Communication* 24:1, 49–67.

Koski, Markku (2001) *Julkisia eläimiä*. Helsinki: WSOY.

Kosonen, Ismo (1988) *Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa 1988*. Liikenneministeriön julkaisuja 32/88. Helsinki: Liikenneministeriö.

Kurkela, Vesa & Uimonen, Heikki (2009) Usko, toivo ja petollinen rakkaus: Rock, radiopolitiikka ja monopolin purkaminen. Teoksessa: Vesa Kurkela (toim.) *Musiikki tekee murron: Tutkimuksia sävel- ja hittiradioista.* Musiikintutkimuksen laitoksen julkaisuja 2. Tampere: Tampereen yliopisto, 33–59.

Kuusi, Hanna (2003) *Viinistä vapautta: Alkoholi, hallinta ja identiteetti 1960-luvun Suomessa*. Bibliotheca Historica

82. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
Lahti, Martti (1991) Pitkien elokuvien esitykset televisiossa 1990. Teoksessa: Erkki Huhtamo & Martti Lahti (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1991*. Helsinki: VAPK-Kustannus, Suomen Elokuva-arkisto ja Suomen Elokuvasäätiö, 169–191.
Lahti, Martti & Hanhinen, Jouko (1992) Pitkien elokuvien esitykset televisiossa 1991. Teoksessa: Erkki Huhtamo & Martti Lahti (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1992*. Helsinki: VAPK-Kustannus ja Suomen Elokuvasäätiö, 135–149.
Lassila, Juha (1989) *Riippumattomat televisiotuottajat: Ohjelmatuotannon uusi rakenne*. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisu 17. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
Lehtinen, Pauliina (2010) *Suomalainen televisiotarjonta 2009*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 22/2010. Helsinki: LVM.
Lehtinen, Pauliina & Aslama, Minna (2009) *Suomalainen tv-tarjonta 2008*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 48/2009. Helsinki: LVM.
Léon, Bienvenido (2007) Commercialisation and Programming Strategies of European Public Television: A Comparative Study of Purpose, Genres and Diversity. *Observatorio (OBS*) Journal* 1:2, 81–102. http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/68/86 (luettu 15.8.2010).
Lewine, Robert F., Eastman, Susan Tyler & Adams, William J. (1985) Prime-Time Network Television Programming. Teoksessa: Susan Tyler Eastman, S. W. Head & L. Klein (toim.) *Broadcast/Cable Programming*. Second edition. Belmont: Wadsworth.
Lijphart, Arend (1999) *Patterns of Democracy: Government Forms and Performance in Thirty-Six Countries.* New Haven: Yale University Press.
Livingstone, Sonia & Lunt, Peter (1994) *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate.* London: Routledge.
Lowe, Gregory Ferrell & Alm, Ari (1997) Public Service Broadcasting as Cultural Industry: Value Transformation in the Finnish Market-place. *European Journal of Communication* 12:2, 169–191.
Lowe, Gregory Ferrell, Berg, Christian Edelvold & Nissen, Christian S. (2011) Size Matters for TV Broadcasting Policy. Teoksessa: Gregory Ferrell Lowe & Christian S. Nissen (toim.) *Small among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries*. Göteborg: Nordicom, 21–41.
Lower, Michael & Leaver, Adam (2003) 57 Channels and Nothing On. *Information and Communication Technology Law* 12:3, 247–262.
Lund, Anker Brink (2007) Media Markets in Scandinavia: Political Economy Aspects of Convergence and Divergence. *Nordicom Information* 29:2, 121–134.
Lund, Anker Brink & Berg, Christian Edelvold (2009) Denmark, Sweden and Norway: Television Diversity by Duopolistic Competition and Co-Regulation. *The International Communication Gazette* 71:1–2, 19–37.
Lyytinen, Jaakko (2006) *Kun pöllö sai siivet: MTV:n uutisten historia.* Helsinki: Tammi.
McQuail, Denis (1992) *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
Merikoski, Veli (1955) Radiomonopoli. *Defensor Legis* 36:3, 265–274.
Moring, Tom (2007) Televisio kielellisen ja kulttuurisen moninaisuuden tuottajana. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 95–121.
Moring, Tom (2008) Media and Politics in Finland. Teoksessa: Jesper Strömbäck, Mark Ørsten & Toril Aalberg (toim.) *Communicating Politics: Political Communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom, 45–62.
Murdock, Graham (2004) Past the Posts: Rethinking Change, Retrieving Critique. *European Journal of Communication* 19:1, 19–38.
Mäntylä, Jorma (1990) Paikallisradiotoiminta. Teoksessa: *Joukkoviestintätilasto 1989*. Kulttuuri ja viestintä 1989:3. Helsinki: Tilastokeskus, 59–68.
Mäntymäki, Eeva (2006) *Hyvinvointivaltio eetterissä: Yleisradion rakentuminen populaarien diskurssien kentillä*. Tampere: Tampere University Press.
Napoli, Philip M. (1997) Deconstructing the Diversity Principle. *Journal of Communication* 49:4, 7–34.
Negrine, Ralph & Papathanassopoulos, Stylianos (1990) *The Internationalization of Television*. London: Pinter.
Niemi, Iiris, Pääkkönen, Hannu, Rajaniemi, Veli, Laaksonen, Seppo & Lauri, Jarmo (1991) *Vuotuinen ajankäyttö: Ajankäyttötutkimuksen 1987–88 taulukot*. Tutkimuksia 183B. Helsinki: Tilastokeskus.
Nieminen, Hannu (2009) Public Interest in Media Policy: The Case of Finland. *Interactions: Studies in Communications and Culture* 1:2, 233–250.
Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004) *Media markkinoilla: Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-Kirjat.
Nikunen, Kaarina (2005) *Faniuden aika: Kolme tapausta tv-ohjelmien faniudesta vuosituhannen taitteen Suomessa.* Tampere: Tampere University Press.
Noam, Eli M. (1991) *Television in Europe.* New York: Oxford University Press.
Nousiainen, Jaakko (1998) *Suomen poliittinen järjestelmä*. Kymmenes uudistettu painos. Helsinki: WSOY.
Nuolijärvi, Pirkko & Tiittula, Liisa (2000) *Televisiokeskustelun näyttämöllä: Televisioinstitutionaalisuus suomalaisessa ja saksalaisessa keskustelukulttuurissa.* Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
Nurmi, Seija (1991) Tv-uutisten yleisö. Teoksessa: Heikki Kasari (toim.) *Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1991*.

Helsinki: Yleisradio, 69–74.
Nurmi, Seija (1994) Tv-yleisön segmentoituminen. Teoksessa: Heikki Kasari (toim.) *Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1994*. Helsinki: Yleisradio, 23–38.
Näränen, Pertti (1997) Sarasvuo ja Rantalainen – täydellistä miehekkyyttä. Teoksessa: Anu Koivunen & Veijo Hietala (toim.) *Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto*. Julkaisuja A:61. Turku: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus, 227–236.
Owen, Bruce M. & Wildman, Steven S. (1992) *Video Economics.* Cambridge: Harvard University Press.
Paavonen, Tapani (2005) Reunalta keskiöön: Suomi ja Länsi-Euroopan integraatio toisen maailmansodan jälkeisellä kaudella. Teoksessa: Ville Pernaa & Mari K. Niemi (toim.) *Suomalaisen yhteiskunnan poliittinen historia.* Helsinki: Edita, 225–243.
Pajala, Mari (2006) *Erot järjestykseen: Eurovision laulukilpailu, kansallisuus ja televisiohistoria*. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen tutkimuksia 88. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
Pantti, Mervi (2000) *"Kansallinen elokuva pelastettava": Elokuvapoliittinen keskustelu kotimaisen elokuvan tukemisesta itsenäisyyden ajalla.* Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
Panula, Juha (1993) *Televisionkatselun suuntautuneisuus ja muuttuva televisioympäristö: Aikuisyleisön tv-suuntautuneisuuden rakenne ja siinä ilmenevät vaikutukset televisioympäristön murrosvaiheessa 1984–1987*. Julkaisuja, Sarja A:6/1993. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
Paterson, Richard (1990) A Suitable Schedule for the Family. Teoksessa: Andrew Goodwin & Garry Whannel (toim.) *Understanding Television*. London: Routledge, 30–41.
Patomäki, Heikki (2007) *Uusliberalismi Suomessa: Lyhyt historia ja tulevaisuuden vaihtoehdot*. Helsinki: WSOY.
Pekonen, Kyösti (2011) *Puhe eduskunnassa*. Tampere: Vastapaino.
Peltonen, Matti (toim.) (1996) *Rillumarei ja valistus: Kulttuurikahakoita 1950-luvun Suomessa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
Pernaa, Ville (2007) Neljäs valtiomahti haastaa ensimmäisen. Teoksessa: Ville Pernaa, H. Laaksovirta & Pentti I. Lumme, *Ensimmäinen ja neljäs valtiomahti: Suomen eduskunta 100 vuotta: 10*. Helsinki: Edita, 11–114.
Pernaa, Ville (2009) *Uutisista, hyvää iltaa: Ylen tv-uutiset ja yhteiskunta 1959–2009*. Helsinki: Karttakeskus.
Picard, Robert G. (2011) Broadcast Economics, Challenges of Scale, and Country Size. Teoksessa: Gregory Ferrell Lowe & Christian S. Nissen (toim.) *Small among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries*. Göteborg: Nordicom, 43–56.
Postman, Neil (1987) *Huvitamme itsemme hengiltä: Julkinen keskustelu viihteen valtakaudella.* Suom. Ilkka Rekiaro. Helsinki, Porvoo ja Juva: WSOY.
Puppis, Manuel (2009) Introduction: Media Regulation in Small States. *The International Communication Gazette* 71:1–2, 7–17.
Puppis, Manuel, d'Haenens, Leen, Steinmauer, Thomas & Künzler, Matthias (2009) The European and Global Dimension: Taking Small Media Systems Research to the Next Level. *The International Communication Gazette* 71:1–2, 105–112.
Rogers, Everett M. (1962) *Diffusion of Innovations*. Glencoe: The Free Press of Glencoe.
Ruoho, Iiris (2001) *Utility Drama: Making and Talking about Serial Drama in Finland*. Tampere: Tampere University Press.
Ruoho, Iiris (2004) Televisioarvostelun kaksoisstandardi. *Kulttuurintutkimus* 21:1, 17–32.
Saarenmaa, Laura (2010) *Intiimin äänet: Julkisuuskulttuurin muutos suomalaisessa ajanvietelehdistössä 1961–1975*. Tampere: Tampere University Press.
Saarenmaa, Laura (2011) Lenita Airisto, Seitsemäs hetki ja inhoamisen kulttuurit. Teoksessa: Sari Elfving & Mari Pajala (toim.) *Tele-visioita: Mediakulttuurin muuttuvat muodot*. Helsinki: Gaudeamus, 193–217.
Salmi, Hannu (1997) "Pyhäkoulujen kilpailija" vai "kokoava keskipiste"? Suomalaista televisiokeskustelua 1940- ja 1950-luvuilla. Teoksessa: Anu Koivunen & Veijo Hietala (toim.) *Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto*. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A: 61. Turku: Turun yliopisto, 265–279.
Salokangas, Raimo (1996) *Aikansa oloinen: Yleisradion historia, osa 2: 1949–1996*. Helsinki: Yleisradio.
Salokangas, Raimo (2007) Mediahistorian tutkimuskohdetta etsimässä: Aatehistorian materiaalista kohti viestintähistoriaa. *Historiallinen aikakauskirja* 103:4, 483–492.
Sauri, Tuomo (1993) *Joukkoviestinnän rakenteita 1980-luvulta 1990-luvulle*. Kulttuuri ja viestintä 1993:1. Helsinki: Tilastokeskus.
Sauri, Tuomo (1995a) Joukkoviestinnän talous ja joukkoviestinnän kulutus. Teoksessa: *Joukkoviestintätilasto 1995*. Kulttuuri ja viestintä 1995:2. Helsinki: Tilastokeskus, 17–49.
Sauri, Tuomo (1995b) Televisio. Teoksessa: *Joukkoviestintätilasto 1995*. Kulttuuri ja viestintä 1995:2. Helsinki: Tilastokeskus, 51–80.
Sauri, Tuomo (1996) *Joukkoviestinnän talous ja rakenne 1986–1995/96*. Kulttuuri ja viestintä 1996:2. Helsinki: Tilastokeskus.
Sauri, Tuomo (1998a) Joukkoviestinnän talous ja kulutus. Teoksessa: *Joukkoviestimet 1998*. Kulttuuri ja viestintä 1998:1. Helsinki: Tilastokeskus, 81–110.
Sauri, Tuomo (1998b) Televisio. Teoksessa: *Joukkoviestimet 1998*. Kulttuuri ja viestintä 1998:1. Helsinki: Tilastokeskus, 111–146.
Sauri, Tuomo & Picard, Robert (2001) Mediatalous. Teoksessa: Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio (toim.)

Suomen mediamaisema. Helsinki: WSOY, 22–43.
Scannell, Paddy (1996) *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell Publishers.
Scott, John (1991) *A Matter of Record: Documentary Sources in Social Research*. Cambridge: Polity Press.
Seppinen, Jukka (2008) *Kalevi Sorsa: SDP:n vallan vakauttaja*. Helsinki: Edita.
Sepstrup, Preben (1990) *Transnationalization of Television in Europe*. London: John Libbey.
Silvo, Ismo (1988) *Valta, kenttä ja kertomus: Televisiopolitiikan tulkinnat.* Yleisradion suunnittelu- ja koulutustoiminnan julkaisuja n:o 2. Helsinki: Yleisradio.
Sinkko, Risto (1981) Television katsominen 1960–1979. Teoksessa: Risto Sinkko (toim.) *Televisio ja suomalainen*. Espoo: Weilin+Göös, 100–145.
Sirkiä-Jarva, Sari (2007) Tv-urheilun puoli vuosisataa: Nurmesta Niemiseen. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 447–477.
Sisättö, Seppo (1981) Televisio ja Suomen viestintäpolitiikka. Teoksessa: Risto Sinkko (toim.) *Televisio ja suomalainen*. Espoo: Weilin+Göös, 31–75.
Soramäki, Martti (1988a) Kuvallisen viestinnän normiston muutokset. Teoksessa: Juha Kytömäki & Seppo Paananen (toim.) *Televisio ja väkivalta: Suomalaisia näkökulmia*. Suunnittelu- ja tutkimusosasto, Sarja B 5/1988. Helsinki: Yleisradio, 65–79.
Soramäki, Martti (1988b) Näkökulmia Yleisradion kritiikkiin. *Sosialistinen aikakauslehti*, 3, 27–32.
Soramäki, Martti (1990) Yleisradio ja kilpailu 1980-luvun radio- ja televisiotoiminnassa. *Tiedotustutkimus* 13:2, 22–29.
Soramäki, Martti (1994) Yleisradio ja kilpailu 1990-luvun alun tv-toiminnassa. *Tiedotustutkimus* 17:3, 33–44.
Soramäki, Martti (2004) *Informaatioyhteiskunnan teoriat, politiikka ja sähköisen viestinnän todellisuus: Eurooppalainen näkökulma.* Tampere: Tampere University Press.
Soramäki, Martti (2007) Television tuotantotalouden ja tuotantorakenteiden muutos ja sen suhde ohjelmistojen muutokseen. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 78–94.
Steinbock, Dan (toim.) (1986) *Suomalaisen kuvadraaman kenttä*. Suunnittelu- ja tutkimusosaston julkaisuja, Sarja C2/1986. Helsinki: Yleisradio.
Steinbock, Dan (1989) *Amerikkalaisen television tuotantojärjestelmä: Tuottaja, kerronta ja ohjelmamuotti*. Suunnittelu- ja tutkimusosaston julkaisuja, Sarja B7/1989. Helsinki: Yleisradio.
Strömbäck, Jesper, Ørsten, Mark & Aalberg, Toril (2008) Political Communication in the Nordic Countries: An Introduction. Teoksessa: Jesper Strömbäck, Mark Ørsten & Toril Aalberg (toim.) *Communicating Politics: Political Communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom, 11–24.
Suhonen, Pertti (2006) *Mielipidetutkimukset ja yhteiskunta*. Tampere: Tampere University Press.
Suominen, Annikka (2007) Mitä me katsottiin ennen kuin oli *Pikku Kakkosta*? Lastentelevision ensimmäiset vuosikymmenet. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta nykyaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 478–507.
Syvertsen, Trine (1997) *Den store TV-krigen: Norsk allmenfjernsyn 1988–96*. Bergen: Fagbokforlaget.
Tarkka, Jukka (2002) *Uhan alta unioniin: Asennemuutos ja sen unilukkari EVA*. Helsinki: Otava.
Tiedge, James T. & Ksobiech, Kenneth J. (1986) The 'Lead-In' Strategy for Prime-Time TV: Does It Increase the Audience? *Journal of Communication* 36:4, 51–63.
Tiedge, James T. & Ksobiech, Kenneth J. (1987) Counterprogramming Primetime Network Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 31:1, 41–55.
Tiihonen, Pertti (1989) *Televisionkatselun rakenteesta uudessa välineympäristössä: Tutkimus katselun eriytymisestä helsinkiläisessä kaapeliväestössä*. Suunnittelu- ja tutkimusosaston tutkimusraportti B:3/1989. Helsinki: Yleisradio.
Timonen, Ilkka (1987) *Tshernobylin voimalaonnettomuus lehdistössä*. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja, Sarja B:21/1987. Tampere: Tampereen yliopisto.
Tjernström, Sune (2007) Ownership Concentration in the TV Industry: A Case Study on the Limitations of Media Policy. *Nordicom Review* 28:1, 77–92.
Traquina, Nelson (1995) Portuguese Television: The Politics of Savage Deregulation. *Media, Culture & Society* 17:2, 223–238.
Tukiainen, Tuuli (1988) *Televisioyleisön uusjako ennen Kolmostelevisiota*. Tutkimus- ja kehitysosasto, Sarja C2/1988. Helsinki: Yleisradio.
Tulppo, Pirkko (1976) Radiotoiminnan tasainen kasvu 1950–64. Teoksessa: Pirkko Tulppo (toim.) *Radioamatööreistä tajuntateollisuuteen: Puoli vuosisataa suomalaista yleisradiotoimintaa*. Helsinki: WSOY, 221–244.
Tuomola, Olli (1988) Elokuvatarjonta televisiossa vuonna 1987. Teoksessa: Olli Tuomola (toim.) *Elävän kuvan vuosikirja 1988*. Helsinki: Valtion Painatuskeskus, Suomen Elokuva-arkisto ja Suomen Elokuvasäätiö, 56–72.
Uimonen, Heikki (2009) Lännen malliin: Radio Sata ja 1990-luvun musiikkiradiouudistus. Teoksessa: Vesa Kurkela (toim.) *Musiikki tekee murron: Tutkimuksia sävel- ja hittiradioista.* Musiikintutkimuksen laitoksen julkaisuja 2. Tampere: Tampereen yliopisto, 61–82.
Uimonen, Heikki (2010) *Radiomusiikin rakennemuutos: Kaupallisten radioiden musiikki 1985–2005*. Tampere: Tampere University Press.

Uimonen, Risto (2009) *Median mahti: Kuinka journalistit käyttävät valtaa ja pakottavat maan mahtavia eroamaan*. Helsinki: WSOY.

Uimonen, Risto (2011) *Pääministerin puhuva pää*. Helsinki: WSOY.

Ukkonen, Jenni (2000) Juonittelut kirjoitetaan kilteiksi: televisiosarja *Kauniit ja rohkeat* lehtikirjoittelun kohteena. Teoksessa: Anu Koivunen, Susanna Paasonen & Mari Pajala (toim.) *Populaarin lumo – mediat ja arki*. Mediatutkimus, Sarja A:46. Turku: Turun yliopisto, 255–272.

Valaskivi, Katja (2007) Sukupuoli asian ja viihteen leikkauspisteessä. Teoksessa: Juhani Wiio (toim.) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 369–383.

Viestintäpoliittisia kannanottoja (1985) Tiedotusopin laitoksen opetusmoniste 37. Tampere: Tampereen yliopisto.

Vilhunen, Jukka (1996) *Lisääntyvä tv-tarjonta ja riippumattomat tuotantoyhtiöt*. Liikenneministeriön julkaisuja 26/96. Helsinki: Liikenneministeriö.

Viljakainen, Jarmo (2001) *Tavoitteena viestinnän vapaus: Kansallisen Kokoomuksen radio ja televisiopolitiikan synty kiihkeällä 1960-luvulla; Tesvisiosta ja Reporadiosta uuteen mediapolitiikkaan*. Helsinki: Kansallinen Sivistysliitto.

Viljakainen, Jarmo (2004) *Radiomonopolista kanavatulvaan: Poimintoja Suomen radio- ja televisiotoiminnan vaiheista*. Helsinki: Edita.

Viljakainen, Jarmo (2008) *Reporadio: Yleisradion vaaran vuodet 1965–1972*. Helsinki: Opus Librum.

Virkkunen, Henna (2006) Ja ministeri erosi hymyillen. Teoksessa: Ville Pernaa & Ville Pitkänen (toim.) *Poliitikot taistelivat, media kertoo: Suomalaisen politiikan mediapelejä 1981–2006*. Helsinki: Ajatus Kirjat, 127–158.

Wiberg, Matti (2006) *Politiikka Suomessa*. Helsinki: WSOY.

Wieten, Jan & Pantti, Mervi (2005) Obsessed with the Audience: Breakfast Television Revisited. *Media, Culture & Society* 27:1, 21–39.

Wiio, Juhani (1998) *Managing Strategic Change in the Changing Radio and Television Market: A Finnish Example 1985–1998*. Helsinki: YLE Audience Research.

Wiio, Juhani (toim.) (2007) *Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Williams, Raymond (1968) *Communications*. Second edition. Harmondsworth: Penguin Books.

Williams, Raymond (1974) *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana/Collins.

van der Wurff, Richard (2005) Competition, Concentration and Diversity in European Television Markets. *Journal of Cultural Economics* 29:4, 249–275.

Yttreberg, Espen (2002) Continuity in Environments: The Evolution of Basic Practices and Dilemmas in Nordic Television Scheduling. *European Journal of Communication* 17:3, 283–304.

Ørsten, Mark, Aalberg, Toril & Strömbäck, Jesper (2008) Conclusions: Similarities and Differences between the Nordic Countries. Teoksessa: Jesper Strömbäck, Mark Ørsten & Toril Aalberg (toim.) *Communicating Politics: Political Communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom, 267–272.

Painamattomat tutkimukset

Hoffrén, Jukka (1993) *Sähköisen viestinnän alueellisten mainostulojen muodostuminen – esimerkkinä Kolmostelevisio*. Tiedotusopin sivulaudaturtutkielma, Tampereen yliopisto.

Kaarlela, Miia (2004) *Miten tehdään tv-kanava kohderyhmälle? Nelosen ohjelmisto 1997–2003*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.

Kannisto, Maiju (2005) *"Jotain ihan muuta": Ideaalikuluttajan rakentaminen Nelosen kanavaprofiilissa 1997–2005*. Kulttuurihistorian pro gradu -tutkielma, Turun yliopisto.

Kulmanen, Juha (1991) *Yleisradiolainsäädäntöhankkeet: Miten yleisradiotoiminnan sääntelyä on Suomessa haluttu toteuttaa komiteanmietintöjen ja erityisesti vuoden 1988 yleisradiolainsäädännön uudistamisesta annettujen lausuntojen valossa?* Tiedotusopin pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.

Laukkanen, Markku (2006) *Tutkielma Kolmostelevision syntyyn vaikuttaneista viestintäpoliittisista strategioista Yleisradiossa vuosina 1985–1993 ja sen vaikutuksesta kanavauudistukseen vuonna 1993*. Tiedotusopin kandidaatintutkielma, Tampereen yliopisto.

Lähteenmäki, Miira (1999) *Kruununjalokivi, merkkipaalu ja veturi: Uutiset ja kaaviovetoinen ohjelmointi kanavilla TV1, TV2, MTV3 ja Nelonen 1978–1998*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.

Nurmi, Seija (1997) *Vuoden 1993 tv-kanavauudistus ja muutokset televisionkatselussa*. Viestinnän lisensiaatintutkimus, Helsingin yliopisto.

Pankka, Seppo (1990) *Kolmostelevision perustaminen ja sen ohjelmiston vertailua Yleisradion ja Mainostelevision ohjelmistoon*. Viestinnän pro gradu -tutkielma, Helsingin yliopisto.

Randén, Pasi (1997) *Televisio-ohjelmien sijoittelu vuosina 1993–1996*. Viestinnän pro gradu -tutkielma, Helsingin yliopisto.

Viljakainen, Jarmo (1995) *Perusarvojen puolesta radiomonopolia vastaan: Kansallisen Kokoomuksen radio- ja televisiopolitiikan muotoutuminen 1960–1970*. Yhteiskuntahistorian lisensiaatintyö, Helsingin yliopisto.

HENKILÖHAKEMISTO